

FERNANDO ROSSETO GALLEGO CAMPOS

**A CONSTRUÇÃO DO ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL, EM
CURITIBA-PR**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, Setor de Ciências da Terra da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Sylvio Fausto Gil Filho.

**CURITIBA
2006**



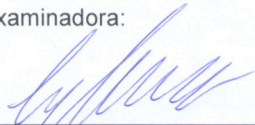
PARECER

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Curso de Pós-Graduação em Geografia, reuniram-se para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado, apresentada pelo candidato **FERNANDO ROSSETO GALLEGÓ CAMPOS**, intitulada: “**A CONSTRUÇÃO DO ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL, EM CURITIBA-PR**”, para obtenção do grau de **Mestre** em Geografia, do Setor de Ciências da Terra da Universidade Federal do Paraná, Área de Concentração **Espaço, Sociedade e Ambiente**.

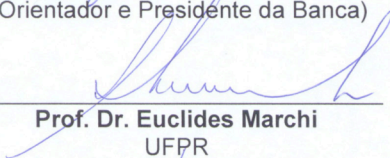
Após haver analisado o referido trabalho e argüido o candidato, são de parecer pela **APROVAÇÃO** da Dissertação, com Menção **DISTINÇÃO E LOUVOR**.

Curitiba, 06 de abril de 2006.

Nome e assinatura da Banca Examinadora:



Prof. Dr. Sylvio Fausto Gil Filho
(Orientador e Presidente da Banca)



Prof. Dr. Euclides Marchi
UFPR



Prof. Dra. Salete Kozel Teixeira
(UFPR)

Agradeço:

a Deus; aos meus pais (Dona Ilka e Osvaldo); à Mi; ao Ricardo; à Dona Maria; ao Adilson; a Vilmara; à minha família; ao Time da Família (Willie, Oliver, Marcel, Daniel, etc.); aos meus amigos; ao Sylvio; aos professores da banca; a todos professores, funcionários e colegas do curso; aos entrevistados; aos meus colegas de trabalho; a todos aqueles que contribuíram.

Esta não foi uma jornada fácil e certamente eu não teria este sucesso se não fossem as pessoas que participaram dela. Alguns com contribuição direta no trabalho, através de discussões, confecção de figuras, cartogramas, quadros, etc. Outros por simplesmente terem me apoiado e acreditado em mim. Dedico este trabalho a estes que me ajudaram e a toda comunidade acadêmica e futebolística.

Em que o futebol se parece com Deus?
Na devoção que desperta em muitos crentes
e na desconfiança que desperta em muitos intelectuais.

Eduardo Galeano



Fonte: JAL; GUAL, 2004, p. 79.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS.....	v
LISTA DE FOTOGRAFIAS.....	v
LISTA DE QUADROS.....	vi
LISTA DE CARTOGRAMAS.....	vi
RESUMO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUÇÃO.....	1
1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E CONCEITUAL.....	6
1.1 Prática Social.....	19
1.2 Poder.....	21
1.3 Discurso.....	22
1.4 Política.....	23
1.5 Símbolo.....	25
1.6 Mito.....	27
1.7 Identidade.....	30
1.8 Afetividade.....	31
1.9 Espaço de Representação do Futebol.....	33
2 O FUTEBOL – ELEMENTO CULTURAL E SOCIAL DO ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL NO BRASIL.....	38
2.1 O Futebol como Esporte.....	38
2.1.1 O Futebol como Negócio.....	53
2.1.2 Os Campeonatos no Brasil.....	58
2.2 O Futebol como Manifestação Sócio-Cultural.....	63
2.3 O Futebol como Construtor de Relações.....	66
2.3.1 Atores Sócio-Espaciais.....	66
2.3.2 Instituições Futebolísticas.....	76
3 ELEMENTOS DO ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL PARANENSE.....	85
3.1 O surgimento do futebol no Paraná e a fundação dos primeiros clubes.....	85
3.2 Athletiba, a grande rivalidade estadual.....	94
3.3 Instituições federativas paranaenses.....	125
3.4 A fusão entre Colorado e Pinheiros e o surgimento de uma nova força no futebol de Curitiba, o Paraná Clube.....	129
3.5 O futebol no interior.....	137
3.6 Panorama atual do Futebol Paranaense.....	139
4 ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL DE CURITIBA-PR: A REDE SÓCIO-ESPACIAL DO CORITIBA.....	166
4.1 Entrevistas.....	166
4.1.1 Metodologia.....	166
4.1.2 Análise das Entrevistas.....	171
4.2 A Rede Sócio-Espacial do Curitiba Foot Ball Club.....	205
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	208
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	215
BIBLIOGRAFIA.....	218
FONTES PRIMÁRIAS.....	221
FONTES SECUNDÁRIAS.....	222

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01	ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL.....	18
FIGURA 02	ESTRUTURA BÁSICA DE UM CLUBE.....	69
FIGURA 03	ORGANOGRAMA DE UMA DIRETORIA DE FUTEBOL.....	70
FIGURA 04	ORGANOGRAMA DA FEDERAÇÃO PARANAENSE DE FUTEBOL – CLUBES FILIADOS	78
FIGURA 05	ORGANOGRAMA DA CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL – FEDERAÇÕES FILIADAS.....	78
FIGURA 06	ORGANOGRAMA DA CONMEBOL – FEDERAÇÕES E CONFEDERAÇÕES FILIADAS.....	81
FIGURA 07	ORGANOGRAMA DA FIFA.....	83
FIGURA 08	CAMPANHA DO FAIR PLAY.....	83
FIGURA 09	UNIFORME DO CORITIBA - 1909.....	88
FIGURA 10	UNIFORME DE 1916.....	88
FIGURA 11	EMBLEMA OFICIAL DO CORITIBA.....	88
FIGURA 12	FUSÃO DE AMÉRICA E INTERNACIONAL E EVOLUÇÃO DO DISTINTIVO DO ATLÉTICO.....	93
FIGURA 13	UNIFORMES DO CLUBE ATLÉTICO PARANAENSE.....	94
FIGURA 14	CARTOLA.....	95
FIGURA 15	FURACÃO.....	95
FIGURA 16	VOVÔ.....	95
FIGURA 17	UNIFORME DE 1935.....	101
FIGURA 18	UNIFORME DE 1941.....	101
FIGURA 19	UNIFORME ATUAL.....	101
FIGURA 20	MODELO DE UNIFORME USADO POR FEDATO.....	101
FIGURA 21	UNIFORME DA DÉCADA DE 1970.....	107
FIGURA 22	A JOGADEIRA.....	107
FIGURA 23	UNIFORME DE 1999.....	110
FIGURA 24	DISTINTIVOS DAS INSTITUIÇÕES FEDERATIVAS PARANAENSES.....	126
FIGURA 25	UNIFORME DO PARANÁ.....	133
FIGURA 26	GRALHA AZUL.....	133
FIGURA 27	FUSÕES.....	134
FIGURA 28	DESENHO DA VILA CAPANEMA ANTES DA REFORMA.....	136
FIGURA 29	DESENHO DA VILA CAPANEMA DEPOIS DA REFORMA.....	136
FIGURA 30	RESULTADOS DA PESQUISA DO IBOPE – 12/2003.....	147
FIGURA 31	DISTRIBUIÇÃO DE TORCEDORES POR CLUBES EM CURITIBA-PR – PESQUISA DO PARANÁ PESQUISAS – 10/2005.....	150
FIGURA 32	PERFIL DOS TORCEDORES POR CLUBES DE CURITIBA – PESQUISA DO PARANÁ PESQUISAS – 10/2005.....	151
FIGURA 33	SANTINHO DO ALADIM.....	191
FIGURA 34	REDE SÓCIO-ESPACIAL DO CORITIBA FOOT BALL CLUB.....	205

LISTA DE FOTOGRAFIAS

FOTO 01	BELLINI LEVANTA A TAÇA JULES RIMET, EM 1958.....	42
FOTO 02	O MARACANÃ.....	45
FOTO 03	GARRINCHA.....	46

FOTO 04	PELÉ.....	48
FOTO 05	BRASIL VICE-CAMPEÃO, NA FRANÇA.....	51
FOTO 06	OS “GALÁCTICOS” DO REAL MADRID.....	52
FOTO 07	ESTÁDIO JOCKEY CLUB.....	89
FOTO 08	ESTÁDIO PARQUE DA GRACIOSA.....	89
FOTO 09	ESTÁDIO BELFORD DUARTE.....	90
FOTO 10	ATLETIBA.....	97
FOTO 11	FEDATO.....	100
FOTO 12	CORITIBA CAMPEÃO BRASILEIRO.....	108
FOTO 13	BAIXADA – 1916.....	113
FOTO 14	BAIXADA – 1949.....	113
FOTO 15	BAIXADA – DÉCADA DE 1990.....	113
FOTO 16	ARENA.....	113
FOTO 17	KYOCERA ARENA.....	113
FOTO 18	MAQUETE DA ARENA CONCLUÍDA.....	113
FOTO 19	CT DO CAJU.....	115
FOTO 20	CT DA GRACIOSA.....	117
FOTO 21	COUTO PEREIRA – VISTA AÉREA 1.....	118
FOTO 22	COUTO PEREIRA – VISTA AÉREA 2.....	118
FOTO 23	COUTO PEREIRA – VISTA INTERNA.....	118
FOTO 24	COUTO PEREIRA – PROJETO DE CONCLUSÃO.....	118
FOTO 25	PINHEIRÃO – PROJETO ORIGINAL.....	128
FOTO 26	PINHEIRÃO – COM PISTA DE ATLETISMO.....	128
FOTO 27	PINHEIRÃO – REFORMADO.....	128
FOTO 28	PINHEIRÃO – PROJETO DA ÚLTIMA REFORMA.....	128
FOTO 29	FOTO DO POLÊMICO LANCE.....	130
FOTO 30	O GUARDANAPO.....	133
FOTO 31	VILA OLÍMPICA.....	136

LISTA DE QUADROS

QUADRO 01	COPAS DO MUNDO.....	49
QUADRO 02	JOGADORES COM MAIOR FATURAMENTO EM 2004.....	52
QUADRO 03	CAMPEONATO BRASILEIRO.....	61
QUADRO 04	CAMPEÕES PARANAENSES.....	91
QUADRO 05	RANKING DE CLUBES DA FEDERAÇÃO DE FUTEBOL DO PARANÁ.....	124
QUADRO 06	RANKING DAS FEDERAÇÕES ESTADUAIS DA CBF.....	139
QUADRO 07	RANKING DE CLUBES DA CBF.....	142
QUADRO 08	RANKING DE CLUBES DA REVISTA PLACAR.....	143
QUADRO 09	RANKING DE PONTUAÇÃO EM CAMPEONATOS BRASILEIROS.....	143
QUADRO 10	MÉDIA DE PÚBLICO NO CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2005 – SÉRIES A, B E C.....	156
QUADRO 11	ARRECADAÇÃO EM BILHETERIA NO CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2005 – SÉRIES A, B E C.....	159

LISTA DE CARTOGRAMAS

CARTOGRAMA 01	CAMPEÕES BRASILEIROS E DA COPA DO BRASIL DISTRIBUÍDOS POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO	62
---------------	--	----

CARTOGRAMA 02 ESTRUTURAS DO FUTEBOL DE CURITIBA.....	86
CARTOGRAMA 03 CLUBES NA SÉRIE A E B DO CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2006 POR UNIDADE DE FEDERAÇÃO	141
CARTOGRAMA 04 CAMPEÕES E VICE-CAMPEÕES PARANAENSES POR MUNICÍPIOS.....	145
CARTOGRAMA 05 DISTRIBUIÇÃO DE TORCEDORES POR ESTADOS SEGUNDO PESQUISA DO IBOPE – 12/2003.....	148
CARTOGRAMA 06 ARRECADAÇÃO COM BILHETERIA NO CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2005 – SÉRIES A, B E C - POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO.....	158

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a estruturação do espaço de representação do futebol em Curitiba, através das territorialidades construídas pelos atores sócio-espaciais do futebol, que se apropriam de elementos simbólicos. Propõe-se um diálogo entre a abordagem cultural em geografia, a teoria das representações sociais de MOSCOVICI (2003) e as formulações sobre o espaço de representação de LEFÉBVRE (1991), SOJA (1996) e GIL FILHO (2002 e 2003). Foi a partir de uma leitura das idéias destes autores que se formulou o conceito de espaço de representação do futebol, composto por diversos elementos, que se dividem em categorias centrais (fato futebolístico, prática social do futebol e poder), categorias de mediação (símbolo, mito moderno, discurso, identidade futebolística) e reinos (política institucional, *ethos* futebolístico e paixão/afetividade). Este conceito possibilita apreender o futebol não apenas como esporte, mas também como uma manifestação sócio-espacial e cultural. O futebol está presente de forma significativa no cotidiano dos brasileiros, paranaenses e curitibanos. Desta maneira, ele promove relações entre atores sócio-espaciais, dentro desta instância da espacialidade. Estes foram divididos, de acordo com a classificação de TOLEDO (2002), em profissionais, torcedores e especialistas. Os diferentes atores sócio-espaciais se apropriam dos elementos simbólicos do espaço de representação do futebol e formulam representações sociais. Eles se relacionam através de instituições. Os clubes são as instituições básicas do futebol brasileiro, pois são a partir deles que os atores sócio-espaciais se relacionam. Os clubes se articulam com outras instituições (futebolísticas, públicas, empresas e outros clubes). Foram apresentados os diferentes elementos do espaço de representação do futebol em diversas escalas, partindo-se do Brasil até se chegar no Paraná e, especificamente, em Curitiba. A rede sócio-espacial do Curitiba Foot Ball Club, traçada a partir de entrevistas com atores sócio-espaciais do clube, demonstra a complexidade de relações dentro do espaço de representação do futebol de Curitiba-PR e que este está intimamente ligado com outros espaços representações do futebol, tais como o paranaense e o brasileiro. Os outros clubes da cidade – Clube Atlético Paranaense e Paraná Clube – também foram abordados, pois participam de maneira significativa da rede sócio-espacial do Curitiba e na construção do espaço de representação do futebol em Curitiba.

Palavras-chave: espaço de representação; representações sociais; espaço de representação do futebol.

ABSTRACT

The following work aims to analyse the structure of the football representational space in Curitiba, through the territorial built by the football social-space actors, which owns symbolic elements. It's proposed a dialogue between the cultural board in geography, the MOSCOVICI's (2003) social representations theory and the LEFÉBVRE's (1991) formulations about the representational space, SOJA (1996) and GIL FILHO (2002 e 2003). It was from a lecture of the ideas of these authors which formulated the concept of the football representational space, compounded by several elements, that is divided in central categories (footballing fact, social practice of football and power), mediational categories (symbol, modern myth, speech, footballing identity) and kingdoms (institutional politics, footballing *ethos* and passion/affection). This concept makes possible to apprehend the football not only as sport, but also as a social-space and cultural manifestation. The football is present significantly in the everyday of the Brazilians, *paranaenses* and *curitibanos*. This way, it's promoted relations between social-space actors, in this spacial instance. These were divided, according to TOLEDO's (2002) classification, in professionals, supporters and experts. The different social-space actors own the symbolic elements of the football representational space and formulate social representations. They related to themselves through institutions. The clubs are the basic institution of the Brazilian football, and from them, the social-space actors relate to each other. The clubs articulate with other institutions (footballing, publics, enterprises and other clubs). It was presented the different elements of the football representational space in several scales, starting from Brazil until gets to Paraná and, specifically, in Curitiba. The Curitiba Foot Ball Club social-space network, traced through interviews with social-space actors of the club, demonstrates the complexity of relations inside the football representational space of Curitiba-PR and it's strongly connected with other football representational spaces, like the *paranaense* and the Brazilian. The other clubs of the city – Clube Atlético Paranaense and Paraná Clube – were also mentioned, because they participate significantly in the Curitiba's social-space network and in the construction of the football representational space in Curitiba.

Key-words: representational space; social representations; football representational space.

INTRODUÇÃO

O futebol faz parte do cotidiano dos habitantes de Curitiba. Ele é praticado, assistido, acompanhado, comentado e interpretado pelos indivíduos. O futebol pode ser visto não apenas a partir de sua perspectiva esportiva, mas também como um importante elemento sócio-cultural e espacial. Desta forma, diz muito sobre a cidade e seus habitantes, sobre os costumes, sentimentos, relações e idéias através de representações sociais.

As representações sociais são formas de conhecimento produzidas no cotidiano (MOSCOVICI, 2003). Elas são criadas, circulam, se modificam e morrem no dia-a-dia dos indivíduos. Assim, o conhecimento formulado no cotidiano do futebol se dá através de representações sociais, formuladas pelos diferentes atores sócio-espaciais do futebol.

Desta maneira, é possível dizer que o futebol também constitui um espaço próprio, no qual se relacionam os atores sócio-espaciais. Esta instância da espacialidade é o espaço de representação do futebol. Nele os indivíduos produzem territorialidades próprias e se apropriam de elementos simbólicos. O espaço de representação do futebol tem grande importância na vida dos curitibanos, que manifestam através do futebol sua cultura.

O conceito de espaço de representação do futebol deriva das concepções sobre o espaço de representação em sentido amplo. Este é uma instância da espacialidade que transcende o espaço físico e permite que seus objetos recebam valores simbólicos (LEFÉBVRE, 1991). Ele é um espaço simbólico que interage com as outras instâncias da espacialidade: a prática espacial e a representação do espaço. Nele se relacionam o real e o imaginário e se expressa o cotidiano (GIL FILHO, 2003).

Desta forma, é possível falar de um espaço de representação do futebol, onde todos os elementos simbólicos interagem; no qual a experiência do futebol pelos indivíduos é plena. O espaço de representação é formado a partir da articulação e relação de diversos elementos. Estes são: prática social do futebol, fato futebolístico, poder, símbolo, mito moderno, discurso, identidade futebolística, *ethos* futebolístico, política institucional e paixão/afetividade.

Tais elementos estão presentes nas diversas relações sócio-espaciais dos atores do espaço de representação do futebol. Os principais atores sócio-espaciais são: os profissionais (aqueles que interferem diretamente no fato futebolístico); os

especialistas (que trabalham na mídia); e os torcedores (ligados ao futebol, principalmente, através da afetividade e da identidade futebolística). Esta classificação é baseada em TOLEDO (2002).

Os atores sócio-espaciais do futebol estão vinculados ou se relacionam direta ou indiretamente com instituições futebolísticas. Os clubes, federações, confederações e torcidas organizadas são alguns exemplos de instituições. No nível local, as instituições através das quais os atores sócio-espaciais se relacionam são, principalmente, os clubes. Eles reúnem os profissionais (trabalham nestas instituições), os especialistas (fazem cobertura jornalística deles) e os torcedores (torcem pelos clubes). Estes têm grande importância na constituição de um espaço de representação do futebol de uma cidade, no caso Curitiba. Já no nível nacional, apesar dos clubes merecerem destaque, são as confederações ou associações nacionais, através das seleções, as instituições mais importantes, principalmente sob o aspecto cultural.

As instituições estão mais presentes na prática profissional do futebol – foco principal deste trabalho –, ao contrário da prática lúdica. Esta última concerne às pessoas comuns; é pautada no divertimento, no prazer de jogar o futebol. Ela não é estruturada, pode ser definida livremente pelos seus praticantes. Já a prática profissional, no Brasil, é estruturada através dos clubes, que estão ligados a federações (geralmente estaduais). Estas, por sua vez, em conjunto, formam uma confederação de abrangência nacional. Por exemplo, os clubes de Curitiba – Atlético Paranaense, Coritiba e Paraná Clube – estão ligados à Federação Paranaense de Futebol (FPF), que, conjuntamente com as federações dos outros estados, está vinculada à Confederação Brasileira de Futebol (CBF). As confederações ou associações nacionais são vinculadas à Fifa – órgão máximo do futebol – e às confederações continentais.

Sendo os clubes as estruturas básicas do futebol brasileiro, são estas instituições o ponto de partida do estudo do espaço de representação do futebol. É através delas que se organizam as relações sociais do futebol e que os torcedores se aglomeram, formando torcidas (organizadas ou não), compartilhando representações sociais. Os clubes geram símbolos, mitos modernos, produzem discursos, promovem uma identidade futebolística. É por eles que os torcedores nutrem sua paixão – apesar de serem apaixonados também pelo futebol em geral e pela Seleção Brasileira. Os clubes também são o local de trabalho dos profissionais de futebol. Neles também ocorre a política institucional e se produzem os valores do

futebol. São eles, juntamente com as seleções nacionais, que promovem o fato futebolístico (o jogo, seus preparativos, etc.) e influenciam na prática social do futebol e nas relações de poder que este promove.

No entanto, o objeto principal deste trabalho não são apenas os clubes e demais instituições, mas também os atores sócio-espaciais que produzem o espaço de representação do futebol. São eles que formulam, difundem, modificam as representações sociais. É através deles que se dá a experiência do futebol.

Em Curitiba, os principais clubes são o Coritiba Foot Ball Club, o Clube Atlético Paranaense e o Paraná Clube. Eles são as principais instituições clubísticas da cidade e, atualmente, do estado. Os três disputam os mais importantes campeonatos do futebol brasileiro, sendo que o Coritiba e Atlético já foram campeões nacionais uma vez cada (1985 e 2001, respectivamente). São estes dois os principais rivais do futebol curitibano. São, entre os clubes paranaenses, os mais tradicionais, com mais torcedores e títulos. A partida envolvendo estes dois clubes é de extrema rivalidade e equilíbrio, recebendo uma conotação especial e um nome próprio: o clássico *Atletiba*. A rivalidade entre Coritiba e Atlético (e entre eles e o Paraná, em menor escala) produz relações no espaço, constituindo uma identidade própria do futebol paranaense.

O Paraná é um clube mais recente. Foi fundado em 1989, a partir da fusão de dois tradicionais clubes da capital paranaense, o Colorado e o Pinheiros. Deste modo, sua história é muito curta se comparada com a do Atlético, que é de 1924 (também originado de uma fusão: entre América e Internacional) e com a do Coritiba, o clube mais antigo do estado (de 1909) e o único dos três a não ser resultado de uma fusão.

Com o intuito de se traçar uma rede de relações sócio-espaciais entre os atores e instituições que fazem parte do espaço de representação do futebol, foi necessária a escolha de apenas um dos três clubes de Curitiba para se realizar este trabalho de campo. Por ser um clube mais recente, menos tradicional, de torcida menor e, conseqüentemente, ter menor importância na construção do espaço de representação do futebol, em Curitiba, o Paraná Clube foi descartado da escolha. Ficou-se entre os dois clubes mais tradicionais e importantes (não apenas pelo tempo de existência, mas também pelo papel preponderante que têm na construção espacial da cidade), o Coritiba e o Atlético-PR.

O clube escolhido foi o Coritiba. A decisão foi tomada em razão de questões metodológicas e pessoais. O fato de ser mais antigo e colecionar mais títulos teve

um peso importante na escolha. No entanto, também se levou em consideração a ligação afetiva do autor com o Coritiba. Além disso, a rede de relações do autor é maior com os atores sócio-espaciais do Coritiba em relação ao Atlético, o que facilitou a realização das entrevistas e a coleta de dados.

Por estes fatores se fez a escolha de se traçar uma rede sócio-espacial a partir do Coxa¹. Todavia, isto não significa que não serão abordados, no trabalho, o Atlético e o Paraná, pois o espaço de representação do Coritiba se confunde com o destes clubes. É impossível falar de um destes clubes sem falar dos outros, assim como não se pode conceber traçar uma rede social a partir de um deles sem que os dois outros constem nela.

Assim, para se poder estudar o futebol, em seus aspectos sociais e culturais (que não são desprezados de sua prática esportiva) é necessário abordar uma série de aspectos das instituições e, principalmente, dos atores sócio-espaciais, pois são estes que constituem, a partir do futebol, relações sociais e espaciais. Portanto, para se entender de que forma o futebol influencia a vida cotidiana dos curitibanos, é fundamental investigar como se dá a construção do espaço de representação do futebol, em Curitiba.

Parte-se de alguns pressupostos:

- I. O futebol faz parte do cotidiano dos habitantes de Curitiba.
- II. O futebol constrói territorialidades próprias no que tange ao espaço de representação, apropriando-se de elementos simbólicos.
- III. Os curitibanos manifestam, através do futebol, sua cultura e sua visão do espaço.

O objetivo deste trabalho é analisar a estruturação do espaço de representação do futebol em Curitiba, através das territorialidades construídas pelos atores sócio-espaciais do futebol, que se apropriam de elementos simbólicos. Para atingi-lo, foram traçados objetivos específicos:

1. Desenvolver uma teoria que possibilitasse estudar o futebol como fenômeno sócio-espacial e cultural;

¹ Coxas-brancas foi um apelido pejorativo dado aos jogadores do Coritiba, os quais eram em sua maioria de origem européia, por torcedores adversários do clube alviverde. Com o passar do tempo o termo foi adotado pela própria torcida do Coritiba, que hoje carinhosamente chama seu clube de Coxa. O uso do apelido não é exclusivo da própria torcida, sendo o clube chamado de Coxa pelos adversários, bem como pela mídia local e nacional. Coxa não só se tornou a alcunha do clube como também passou a ser o nome dado ao torcedor do Coritiba (conhecido também como coxa-branca).

2. Identificar de que formas o futebol, como elemento esportivo, sócio-espacial e cultural constrói territorialidades e produz relações no Brasil, no Paraná e, especificamente, em Curitiba;
3. Caracterizar como se constitui o espaço de representação do futebol, através de suas estruturas;
4. Identificar as relações do espaço de representação do futebol em Curitiba, traçando a rede sócio-espacial do Curitiba Foot Ball Club.

Este estudo é relevante, pois o futebol é tido como o esporte nacional e como o mais praticado no mundo. Ele é assunto presente em quase todas as discussões que dizem respeito à cultura do país, do estado e da própria cidade. Além disso, o futebol recebe atenção especial da mídia, ocupando uma grande parte da programação do rádio e televisão, além das mídias impressas e sites especializados. Tal esporte possui uma grande importância na vida das pessoas, que nutrem uma paixão por este através da manifestação da torcida pelos clubes. Assim, o futebol não se restringe a um fenômeno esportivo, mas também social, cultural e espacial. Desta forma, é possível e necessário um estudo geográfico do futebol. Porém, ele não recebe a atenção merecida da academia, especialmente da Geografia.

O futebol carrega muitos traços da cultura local, que se materializam no espaço e nas relações de diversas formas, no próprio evento esportivo, na prática lúdica e na discussão informal e da mídia, entre outras situações. Portanto, seu estudo é de interesse para a Geografia, que tem no futebol uma maneira de compreender melhor a estruturação de uma sociedade, manifestações culturais e relações espaciais. Este trabalho pretende contribuir para o desenvolvimento do estudo deste tema, que apesar da iniciativa de alguns poucos geógrafos brasileiros, ainda é incipiente no país.

Primeiramente, será realizada uma discussão teórica acerca da abordagem cultural em geografia, bem como das teorias que servem de base para este trabalho. Tais teorias são: das representações sociais, de MOSCOVICI (2003); e do espaço de representação, a partir das formulações de LEFÉBVRE (1991), SOJA (1993 e 1996) e GIL FILHO (2002 e 2003). Posteriormente serão apresentados os elementos do espaço de representação em sentido geral para que depois sejam discutidos sob a perspectiva do futebol, a fim de formular o conceito inédito de espaço de representação do futebol.

Na segunda parte do trabalho, será realizada uma discussão temática acerca do futebol como fenômeno sócio-cultural no espaço de representação do futebol no

Brasil. Neste capítulo, o futebol é abordado tanto como esporte quanto como negócio, manifestação sócio-cultural e construtor de relações sócio-espaciais. Em seguida, a discussão é transportada para a escala estadual, na parte do trabalho em que são discutidos elementos do espaço de representação do futebol paranaense.

O terceiro capítulo é dedicado à análise das entrevistas realizadas com os atores sócio-espaciais do espaço de representação do Coritiba Foot Ball Club, com o intuito de se traçar a rede sócio-espacial deste. As discussões deste capítulo se fazem na escala municipal e, especificamente, clubística, mas utilizando-se de todos os elementos que até então foram apresentados.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E CONCEITUAL

Neste trabalho, o futebol é abordado nas relações culturais e sociais intermediadas pela Geografia. Isto é possível sob a perspectiva da Abordagem Cultural em Geografia, que permite que o futebol seja entendido como um elemento ao mesmo tempo material e não material das relações espaciais. As teorias que fornecerão as bases para este estudo são: a das representações sociais, do psicólogo social Serge MOSCOVICI; a das três instâncias da espacialidade, do filósofo Henri LEFÉBVRE, da qual se utilizará, principalmente, o conceito de espaço de representação; a do terceiro espaço, originária da leitura feita pelo geógrafo Edward W. SOJA das formulações de LEFÉBVRE sobre o espaço; e, finalmente, a leitura feita pelo geógrafo Sylvio Fausto GIL FILHO sobre o espaço de representação. Além disso, serão utilizados, para o embasamento sobre futebol, obras da História, da Sociologia, da Antropologia e da própria Geografia².

Nesta parte do trabalho é proposto um diálogo entre a geografia e a teoria das representações sociais, de MOSCOVICI, em um primeiro momento. Este diálogo vai de encontro com a proposta da nova geografia cultural de incluir em seus estudos elementos não materiais das relações espaciais. Posteriormente, serão inseridas neste contexto as formulações de LEFÉBVRE, SOJA e de GIL FILHO, principalmente aquelas referentes ao espaço de representação. Uma vez feitas as relações entre a geografia e os conceitos de representações sociais e de espaço de representação, serão apresentados os elementos que constituem o espaço de

² Existem pouquíssimos estudos da Geografia tendo o futebol como tema. Principalmente no Brasil, os temas culturais não são os mais recorrentes, ao contrário de outros assuntos tais como economia, política, bem como temas ligados ao ramo da Geografia Física.

representação do futebol, uma proposta conceitual realizada neste trabalho, a fim de articular os elementos futebolísticos neste espaço simbólico.

Para tal, primeiramente, será apresentada uma revisão teórica da análise cultural em geografia, desde as antigas escolas (alemã, francesa e americana) até as tendências mais recentes. Neste momento, serão discutidas as principais características destas abordagens e a maneira pela qual os geógrafos estudavam, entendiam e conceituavam cultura. Posteriormente, propor-se-á a aproximação da abordagem cultural em geografia com a teoria das representações sociais. Busca-se, através deste diálogo, a possibilidade de uma nova (mas não inédita) perspectiva de estudo para a geografia cultural, já que a categoria “cultura” possui limitações operacionais, o que pode ser resolvido através da incorporação da teoria das “representações sociais” na abordagem cultural em geografia. Não se pretende substituir o conceito de cultura pelo de representações sociais. A idéia é que o conceito de cultura fique como pano de fundo, como uma noção norteadora, enquanto a teoria das representações sociais oferece possibilidades de se resolver os problemas operacionais que o conceito de cultura carrega. Para tal, propõe-se o uso do conceito de espaço de representação, pois este tem a capacidade de realizar a ligação entre a teoria das representações com a Geografia, além de abrir uma possibilidade epistemológica para o estudo do futebol (e de outros elementos culturais e sociais não materiais) pela Geografia.

Desde 1880, através das formulações da *antropogeografia*, de Friedrich RATZEL, sobre as relações entre sociedade e meio, o componente cultural é acrescentado nas discussões geográficas. As críticas aos estudos de RATZEL, na França, encabeçadas por Paul Vidal de LA BLACHE, constituíram-se na corrente da geografia humana (tradução do termo utilizado na Alemanha). A dimensão cultural também se fez presente na escola francesa, porém de maneira diferente.

Apesar da formação naturalista, RATZEL, influenciado por Alexander VON HUMBOLDT e Carl RITTER, se interessa pela distribuição dos homens e civilizações no espaço. A antropogeografia, nome dado pelo autor aos seus estudos, procura mapear e descrever as áreas onde vivem os homens, estabelecer as causas geográficas para tal distribuição e observar a influência exercida pela natureza sobre a sociedade. Os estudos geográficos da escola alemã utilizam-se vastamente do conceito de *Landschaft*, cujo significado é simultaneamente paisagem e região. Tal conceito é aplicado a fim de observar a maneira pela qual o homem se relaciona com seu meio, através da cultura. Nesta abordagem, a cultura é vista como “o

conjunto de utensílios e de *know-how* que permite aos homens se apropriarem do meio” (CLAVAL, 2001a, p. 21). Assim, apresenta-se como elemento de grande importância para o desenvolvimento dos trabalhos de antropogeografia. No entanto, esta visão de cultura está extremamente ligada a uma mediação utilitarista entre homem e natureza, não contemplando as relações entre os indivíduos. O próprio conceito de *Landschaft* limita-se ao plano material das relações abordadas.

Na França é marcante a influência da geografia alemã. Apesar da escola francesa se fundamentar em críticas feitas por LA BLACHE a RATZEL, os franceses têm como principal preocupação o estudo das influências do meio sobre as sociedades humanas. Para tal procuram estudar as diversas técnicas e instrumentos utilizados pelos grupos a fim de transformar e explorar o meio, tornando-o mais propício às suas necessidades. Estes elementos compreendem os gêneros de vida, que são os resultados das complexas interações entre homens e natureza, um conjunto de técnicas e hábitos que possibilitam a adaptação de um grupo humano em um ambiente (CORRÊA; ROSENDAHL, 2003).

O gênero de vida é o instrumento central utilizado por LA BLACHE em seus estudos, nos quais procurava explicar as diferentes maneiras que os grupos se apropriavam da natureza através de seus hábitos e trabalho e constituíam paisagens. No entanto, o gênero de vida é inapropriado para o estudo de sociedades complexas, pois se limita a estudar a adaptação do ser humano com o meio de forma a suprir suas necessidades básicas (comer, vestir-se, proteger-se das intempéries, dormir).

Para LA BLACHE e seus alunos – dentre os quais destacam-se Albert DEMANGEON, Jean GOTTMANN, Jean BRUNHES e Pierre DEFFONTAINES – a cultura é “aquilo que se interpõe entre o homem e o meio e humaniza as paisagens” (CLAVAL, 2001a, p. 35). Esta concepção pouco se diferencia daquela dos geógrafos alemães, se limitando também ao estudo dos aspectos materiais e técnicos da cultura, através do conceito de paisagem.

A geografia cultural também encontrou considerável desenvolvimento nos Estados Unidos, através de Carl Ortwin SAUER, fundador da escola de Berkeley. Este diferenciava a geografia cultural da humana por sua área de interesse. Enquanto esta se preocupava em estudar o homem e a suas relações (principalmente a de adaptação) com o meio, a geografia cultural se interessa pelos elementos materiais da cultura que produzem diferentes paisagens (SAUER, 2003). SAUER e os demais membros da escola de Berkeley, influenciados, sobretudo, pela

geografia alemã, desenvolveram seus estudos em espaços rurais e sociedades tradicionais, nos EUA. Seu principal foco de estudo estava nos aspectos morfológicos da paisagem cultural – um de seus conceitos chave (WAGNER; MIKESELL, 2003). Buscava diferenciar áreas culturais de acordo com as marcas visíveis da ocupação da natureza pelo homem. Acreditava, também, que a geografia cultural deveria procurar reconstruir a sucessão das culturas de uma área – o que chamava de história da cultura –, iniciando pela original até a presente. Ainda, propunha o estudo de como se dava a evolução das diferentes áreas culturais, através do que denominava de ecologia cultural. A escola americana privilegiava em seus estudos as sociedades tradicionais. O pensamento da escola de Berkeley fica claro quando SAUER delimita o campo da geografia cultural:

A geografia cultural implica, portanto, um programa que está integrado com o objetivo geral da geografia, isto é, um entendimento da diferenciação da Terra em áreas. Continua sendo, em grande parte, observação direta de campo baseada na técnica de análise morfológica desenvolvida em primeiro lugar na geografia física. Seu método é evolutivo, especificamente histórico até onde a documentação permite e, por conseguinte, trata de determinar as sucessões de cultura que ocorrem em uma área. (SAUER, 2003, p. 25)

Explica-se, assim, a predileção pelos estudos em áreas rurais e em sociedades tradicionais por parte da escola de Berkeley. Através desta concepção não era possível estudar espaços, como o urbano, nos quais a cultura é mais dinâmica, onde as paisagens se alteram mais rápida e freqüentemente e em que a sucessão das culturas é mais dificilmente identificável.

Além da crítica da limitação de seus estudos à morfologia de paisagens de áreas rurais e aspectos materiais da cultura, o conceito de cultura adotado pela escola de Berkeley também é bastante contestado. Ele é entendido como um instrumento que serve para se realizar uma classificação dos seres humanos em grupos homogêneos, que são capazes de se comunicar, pois compartilham dos mesmos significados de mundo, dos acontecimentos e objetos, que pensam e agem de maneira similar (WAGNER; MIKESELL, 2003). A cultura é entendida, então como algo já dado, exterior ao ser humano, uma entidade supra-orgânica, que paira sobre a sociedade. Esta concepção de cultura foi desenvolvida por Alfred KROEBER e Robert LOWIE e adotada por SAUER. James S. DUNCAN (2003) aponta para diversos problemas decorrentes de conceber a cultura desta maneira. Entre eles o de se atribuir um *status* ontológico da cultura, que elimina questões da psicologia social e da própria organização social. Outra crítica é à reificação da cultura, que

atribui existência independente e eficácia causal. Assim, o indivíduo passa a não ter importância, nem se pode falar em origem, transmissão e diferenciação de características culturais em uma população, pois tudo é explicado por uma entidade transcendental, a cultura.

A ênfase dada pelos estudos culturais tradicionais sobre as técnicas, utensílios e transformação da paisagem e a conseqüente incapacidade de esclarecer a dinâmica dos comportamentos humanos, fez com que a geografia cultural entrasse em um período de crise – que se estendeu dos anos 1950 aos 1970 (CLAVAL, 2001b). Apesar da crise, que termina com um movimento de renovação da geografia cultural, alguns trabalhos foram desenvolvidos nesta área. Dentre eles merece destaque o legado de Eric DARDEL.

Na década de 1970, surge a geografia fenomenológica, formulada a partir das idéias de DARDEL, que realizou análises de como o homem se relacionava com a Terra sob a perspectiva da fenomenologia, procurando entender o sentido da presença humana na superfície do planeta. A abordagem fenomenológica procurava ser uma alternativa à ciência positivista através da constituição de ciências eidéticas. As formulações de DARDEL acerca da geografia (dentre elas a geograficidade) inspiraram pesquisadores da Universidade de Toronto: primeiramente BUTTIMER e GUELKE, e posteriormente RELPH e TUAN. Estes desenvolveram uma série de estudos geográficos sob a perspectiva fenomenológica, utilizando o conceito de lugar (modo particular de relacionar experiências espaciais) e o de espaço vivido (HOLZER, 2001). Este seria “a estrutura íntima do espaço tal qual nos aparece em nossas experiências concretas de mundo como membros de um grupo cultural. Ele é intersubjetivo e, portanto, permeia todos os membros daquele grupo, pois todos foram socializados de acordo com o conjunto de experiências, signos e símbolos” (RELPH *apud* HOLZER, 2001).

A renovação da geografia cultural e sua revigoração (ela nunca havia gozado de tal prestígio na geografia), que acontece nos anos 1980 e 1990, se baseiam na crítica das limitações dos estudos tradicionais. A nova abordagem cultural em geografia procura romper com o positivismo e se aproximar de uma abordagem cultural humanista. Deste modo se aproxima do que Paulo César da Costa GOMES (1996) aponta como o pólo da modernidade da crítica da razão. Assim, as novas abordagens em geografia cultural pendem para o ideal pós-moderno, que apesar de estar inserido dentro do projeto de modernidade, procura um rompimento com este. Passa, assim, a dar grande importância para a comunicação (na aquisição, difusão e

modificação de atitudes, hábitos, conhecimentos, crenças, etc.) e para os indivíduos (fatores subjetivos são incorporados aos estudos). O positivismo, na geografia cultural, impedia o estudo das idéias e das representações, destacando apenas os aspectos materiais da cultura (CLAVAL, 1999).

CLAVAL (1999, 2001b) aponta as três principais razões para a crise da geografia cultural tradicional e ainda seis críticas a esta. A primeira razão é falar das culturas não levando em conta as representações, as opiniões e as crenças. A segunda se refere à aceleração dos progressos técnicos e uma conseqüente uniformização dos utensílios e equipamentos, fazendo com que o estudo destes deixe de ter tanta importância para a abordagem cultural. A última é a perda do sentido no estudo dos gêneros de vida, pela diversificação das atividades urbanas. As seis críticas são: maior preocupação em descrever do que compreender e/ou explicar o mundo; esteticismo derivado da ênfase dada a paisagem; grande peso dado ao mundo rural; demasiada valorização do passado; descaso com os problemas dos grupos sociais (sofrimentos, paixões, religião, etc.); e atenção ao permanente e não apreensão dos significados de acontecimentos espaciais como festas, guerras, etc. Além disso, a cultura era utilizada como fator explicativo somente em última instância, quando se esgotavam quaisquer outras possibilidades para justificar uma distribuição espacial.

Uma série de mudanças de paradigmas científicos e sociais faz com que as abordagens da geografia cultural tradicional não sejam mais suficientes para explicar os fenômenos culturais. A crescente urbanização, progressos tecnológicos, diminuição de distâncias e contato entre diferentes culturas são alguns dos novos paradigmas sociais que não admitem mais explicações puramente materiais da cultura. Esta, com capacidade de refletir e condicionar a diversidade espacial, aparece como elemento essencial para a compreensão do mundo (CORRÊA, 1999). A cultura ganha caráter dinâmico e em evolução. Passa de uma geração para outra, mas modifica-se neste processo de comunicação e nas transformações sociais. Acrescenta-se aos hábitos e às práticas, as idéias, pensamentos, sonhos, anseios, conhecimento, etc.

Dentro do campo científico, uma reflexão epistemológica, que se inicia nos anos 1960, faz com que a abordagem cultural em geografia se distancie do positivismo e se aproxime do pólo da pós-modernidade. Isto se dá a partir das conexões teóricas e metodológicas que a geografia estabelece com as humanidades (COSGROVE, 1999). As antigas metodologias, técnicas e teorias são repensadas

permitindo um maior diálogo com novas concepções dentro da própria geografia e derivadas de outras ciências.

Denis E. COSGROVE e Peter JACKSON apresentam, em 1987, no artigo “Novos Rumos da Geografia Cultural”, uma possível definição do que chamam de “nova” geografia cultural:

Contemporânea e histórica (mas sempre contextualizada e apoiada na teoria); social e espacial (mas não reduzida a aspectos da paisagem definidos de forma restrita); urbana e rural; atenta à natureza contingente da cultura, às ideologias dominantes e às formas de resistência. Para essa “nova” geografia a cultura não é uma categoria residual, mas um meio pelo qual a mudança social é experienciada, contestada e constituída (COSGROVE; JACKSON, 2003, p. 136)

Esta modificação de pensamento e, por conseqüência da própria definição da nova geografia cultural, faz com que novos elementos sejam incorporados além dos já pesquisados. Aspectos materiais continuam fazendo parte dos trabalhos, mas em outro contexto. Deixam de ser a única forma de se explicar as relações culturais e passam a ser estudadas junto dos aspectos cognitivos, das atividades mentais e das trocas de informações e idéias. As relações materiais ficam em segundo plano e as relações dos homens com o meio ambiente passam a ter uma dimensão psicológica e sociopsicológica. Dentro desta nova abordagem, o conceito de cultura é redefinido, como pode ser observado no editorial do primeiro número da revista *Géographie et Cultures*:

Como o “conjunto de técnicas, atitudes, idéias e valores”, apresentando assim “componentes materiais, sociais, intelectuais e simbólicos”; “transmitido e inventado”; não sendo constituído pela “justaposição de traços independentes” mas, ao contrário, “seus componentes formam sistemas de relações mais ou menos coerentes”; não sendo assimilado igualmente pelos membros de uma sociedade; “vivido individualmente” (CORRÊA, 1999, p. 52)

CLAVAL apresenta diversas definições da categoria cultura, abordando suas principais características quanto a sua transmissão e gênese; quanto sua experiência individual e coletiva; como ordem instituída; e a relação entre diferentes culturas. O autor afirma que “a cultura é a soma dos comportamentos, dos saberes, das técnicas, dos conhecimentos e dos valores acumulados pelos indivíduos durante suas vidas e, em outra escala, pelo conjunto dos grupos de que fazem parte” (CLAVAL, 2001a, p.63). Diz que esta é herdada de uma geração a outra através de sua transmissão e que, apesar de ter sua origem em um passado longínquo, não é

algo pronto e já dado. Pelo contrário, a cultura é aberta e flexível a mutações, que podem se dar em seu interior ou pelo contato com outras culturas.

A cultura necessita dos indivíduos para existir. Estes a utilizam, a enriquecem, a transformam e a difundem. É a linguagem que possibilita a comunicação entre os indivíduos e, por consequência, a transmissão cultural. A cultura é indispensável para a existência material do indivíduo, pois é através dela que se viabiliza a vida social. Isto ocorre porque os indivíduos que compartilham os mesmos códigos se agrupam em torno de uma mesma cultura. Ela origina diversas estruturas sociais e provoca divisões sociais de funções – por sexo, idade, intelecto ou capacidade técnica. Assim, assegura que a sociedade funcione.

O real é traduzido, recortado, organizado e estruturado por uma cultura, através de palavras. Estas possibilitam que significados sejam compartilhados por todos e que estes possam existir socialmente. As palavras e signos têm valor descritivo, carregam através de seu sentido (que se modifica durante o tempo e utilização) uma carga emotiva. Este caráter dinâmico no interior de uma cultura é uma das características fundamentais que permitiram (e permitem) a aproximação da abordagem cultural em geografia com novas perspectivas metodológicas, bem como seu diálogo com o humanismo (CLAVAL, 2001a).

Outra característica, que a nova geografia cultural contempla, que possibilita tais inovações, é as relações entre culturas. Esta se modifica em seu interior, porém também recebe influências externas que podem moldá-la. No entanto, não se vê uma homogeneização cultural no espaço em consequência desta comunicação, por três razões básicas:

1) a distância atrapalha o direcionamento das informações; 2) as trocas são interrompidas nos limites das áreas onde as mesmas convenções de comunicação são empregadas, os limites lingüísticos, por exemplo; 3) por causa dos valores reconhecidos e dos códigos morais adotados, certos grupos recusam o contato ou são construídas identidades tão fortes que rejeitam a maior parte das informações que recebem (CLAVAL, 2001a, p. 159).

Deste modo, é possível falar em um diálogo entre a Geografia (através da abordagem cultural) e outras abordagens ou teorias, como a das representações sociais de MOSCOVICI.

A abordagem cultural em geografia e seu conceito de cultura apresentam desafios de ordem metodológica. Ao mesmo tempo em que a concepção de cultura se enriquece, adicionando elementos subjetivos aos aspectos materiais e ganhando

um caráter mais dinâmico e aberto, ela se torna pouco operacional. Pretende dar conta de tudo, comprometendo sua utilização prática. Sua própria definição é muito ampla – como já apresentado anteriormente – e imprecisa. CLAVAL (2001b, p. 50) adverte sobre o uso do termo cultura, admitindo o problema operacional que este conceito carrega por ser muito complexo e não objetivo: “o termo cultura deve ser utilizado com precaução, porque não existe nada que se assemelhe, no mundo objetivo, a esse conceito, que só existe no espírito das pessoas”.

A cultura está presente em cada pessoa e em cada uma delas ela se apresenta de forma diferente. Não se pode, então, conceber uma cultura única a um grupo, mas uma diversa gama de características, pensamentos, interpretações de mundo, gestos, hábitos, representações, etc. compartilhados por uma coletividade. No entanto, além de ser difícil se identificar tais semelhanças (com os instrumentos metodológicos da própria abordagem cultural em geografia), se corre o risco de realizar generalizações, justamente porque as culturas são construções mentais (CLAVAL, 2001b)

Desta forma, é necessário pensar alternativas metodológicas para a abordagem cultural em geografia, que não apenas permite, mas também pede novas abordagens: “as técnicas tornaram-se demasiadamente uniformes para deter a atenção; são representações, negligenciadas até então, que merecem ser estudadas” (CLAVAL, 2001a, p. 50). O estudo das representações vai de encontro com as novas tendências e pode ser uma saída interessante para os problemas operacionais do conceito de cultura. A teoria das representações sociais concebe um universo consensual – onde ocorrem as relações cotidianas, no qual a cultura circula, se modifica, se difunde e influencia a vida das pessoas – em oposição a um reificado – o universo institucional.

A teoria das representações sociais está inserida dentro do ramo da psicologia social, que se aproxima da sociologia e da antropologia. Sua origem está ligada às representações coletivas de DURKHEIM, que, segundo MOSCOVICI (2001), são um instrumento explanatório que se referem a uma classe geral de idéias e crenças (abarcam uma cadeia completa de formas intelectuais que incluem ciência, religião, mito, modalidades de tempo e espaço, etc). As representações coletivas apresentam problemas operacionais, pois são estanques. Já as representações sociais devem ser vistas como uma maneira específica de compreender e comunicar o que se sabe. Reproduzem o mundo de forma significativa, pois cada representação é acompanhada de uma imagem e de uma

significação simbólica. As representações sociais são a forma pela qual as pessoas compreendem a realidade, sendo sua finalidade “tornar familiar algo não-familiar, ou a própria não familiaridade” (MOSCOVICI, 2003, p. 54). Isto se dá pelos processos de ancoragem e objetivação. A ancoragem consiste em classificar e nomear alguma coisa, fazer com que idéias estranhas se tornem categorias comuns a partir de paradigmas já existentes e, ainda, atribuir valor. Já a objetivação ocorre pela transformação de algo abstrato em algo quase concreto, pela transferência do que está na mente para algo que exista no mundo físico, pela transformação da palavra que substitui a coisa, na coisa que substitui a palavra (MOSCOVICI, 2003).

As representações estão presentes em todas manifestações da cultura na sociedade: “todas as interações humanas, surjam elas entre duas pessoas ou entre dois grupos, pressupõem representações” (MOSCOVICI, 2003, p. 40). Capazes de influenciar comportamentos, são criadas internamente, não por um indivíduo isolado, mas dentro de um contexto social. Uma vez criadas, ganham vida própria, circulam, se atraem e se repelem e dão oportunidade ao nascimento de novas representações sociais, enquanto as antigas morrem.

O conceito de representações sociais, uma forma de conhecimento da realidade nas relações cotidianas, vai de encontro com as novas tendências da abordagem cultural em geografia, pois contempla as modificações internas e externas nas culturas. Se a cultura circula e se modifica nas relações entre os indivíduos em uma sociedade, uma teoria que dê conta da cotidianidade pode suprir as necessidades da abordagem cultural em geografia.

Partindo do pressuposto que a cultura está presente nas relações cotidianas – apesar de não se limitar a elas – o uso do conceito de representações sociais para o estudo de tais relações se demonstra mais operacional do que o conceito de cultura. Não se está propondo uma substituição de termos, mas se advertindo para a utilização do conceito de representações sociais, deixando o de cultura como pano de fundo. A nova concepção de cultura nortearia as pesquisas geográficas, enquanto a teoria das representações sociais forneceria os instrumentos para o estudo das relações cotidianas referentes à cultura. Não se deixaria de estudar a cultura, mas sim se abordaria a mesma nas relações cotidianas de representações.

Para que a aproximação entre a abordagem cultural em geografia e a teoria das representações sociais se dê de forma efetiva e proveitosa para a ciência geográfica, é preciso utilizar um conceito-chave derivado das categorias centrais da geografia. Propõe-se, então a utilização do conceito de espaço de representação,

formulado inicialmente por LEFÉBVRE, em diálogo com a teoria das representações sociais de MOSCOVICI.

LEFÉBVRE (1991) defende a idéia de que o espaço não é algo já dado, mas sim produzido. Em sua obra, atribui grande importância à organização espacial como produto social, o que inspira as formulações de Edward SOJA sobre a dialética sócio-espacial. Este procura incorporar a discussão espacial na tradicional dialética marxista, na qual a história tem papel fundamental. SOJA (1993, p. 102-103) aponta, a partir de uma citação de LEFÉBVRE, as premissas básicas de sua dialética: “que as relações sociais e espaciais são dialeticamente inter-reativas, interdependentes; que as relações sociais de produção são formadoras do espaço e contingentes ao espaço”.

Em “*The Production of Space*” (1991), LEFÉBVRE apresenta uma discussão sobre o espaço social, sendo ponto fundamental de tal debate a divisão do espaço em três componentes coexistentes. O espaço de representação é um destes componentes, que formam o que SOJA (1996), ao analisar a obra de LEFÉBVRE, chama de dialética do espaço. Esta tríade é formada pelo: espaço percebido – o espaço das práticas sociais (*spatial practice*), das relações materiais da espacialidade social; espaço concebido (*representations of space*) – é o espaço das instituições, onde ocorrem as representações do espaço produzidas pelas relações de poder, que influenciam a percepção espacial; e o espaço vivido (*representational spaces*) – que é o espaço de representação, no qual o ser humano se auto-representa a fim de buscar seu prazer e autenticidade, esquivando-se do espaço concebido.

O espaço de representação é simbólico. Nele os significados atribuídos aos objetos podem ser modificados em relação ao espaço físico. Geralmente, estes símbolos e signos fazem parte de um sistema mais ou menos coerente. LEFÉBVRE escreve sobre o espaço de representação:

Space as directly *lived* through its associated images and symbols, and hence the space of ‘inhabitants’ and ‘users’, but also of some artists and perhaps of those, such as a few writers and philosophers, who *describe* and aspire to do no more than describe. This is the dominated – and hence passively experienced – space which the imagination seeks to change and appropriate. It overlays physical space, making symbolic use of its objects. Thus representational spaces may be said, though again with certain exceptions, to tend towards more or less coherent systems of non-verbal symbols and signs (LEFÉBVRE, 1991, p. 39)

SOJA faz uma leitura da obra de LEFÉBVRE em seu livro “*Thirdspace*” (1996). Nele, o autor procura apresentar as principais formulações do filósofo francês e, a partir delas, realizar suas próprias. Ao falar do espaço de representação, SOJA o atribui a condição de conter em seu interior tanto os espaços real e imaginário simultaneamente: “Combining the real and the imagined, things and thought on equal terms, or at least not privileging one over the other *a priori*” (SOJA, 1996, p. 68).

Segundo Sylvio Fausto GIL FILHO (2003), o espaço de representação passa pelo espaço visível, mas é simbólico, tendo o atributo de projetar o ser no mundo. É através dele que o sujeito se contextualiza no mundo, se articulando com o espaço da prática social e suas relações materiais.

A origem do termo está ligada aos estudos sobre o caráter simbólico do regime nazista, pelo historiador MOSSE. No entanto, foi utilizado por diferentes autores de diversas áreas, como BETTANINI (1982), LEFÉBVRE e SOJA. Os dois últimos foram os que desenvolveram tal categoria de forma que se tornasse possível a aproximação, através dela, da abordagem cultural em geografia à teoria das representações sociais.

GIL FILHO realiza uma proposta epistemológica para o uso do espaço de representação como conceito chave para estudos da geografia cultural. Para ele:

O espaço de representação é o reino da esfera consensual, e a expressão da esfera reificada da consciência coletiva, o momento em que o atributo de ser uma coisa se torna típica da realidade objetiva. Sua prática cotidiana é a própria representação, e sua expressão é o condicionamento do poder exercido. O espaço de representação é um espaço vivo com ligações culturais, lócus da ação e das situações vivenciadas. É relacional em percepção, diferencialmente qualitativo e dinâmico e de natureza simbólica (GIL FILHO, 2003, p. 5).

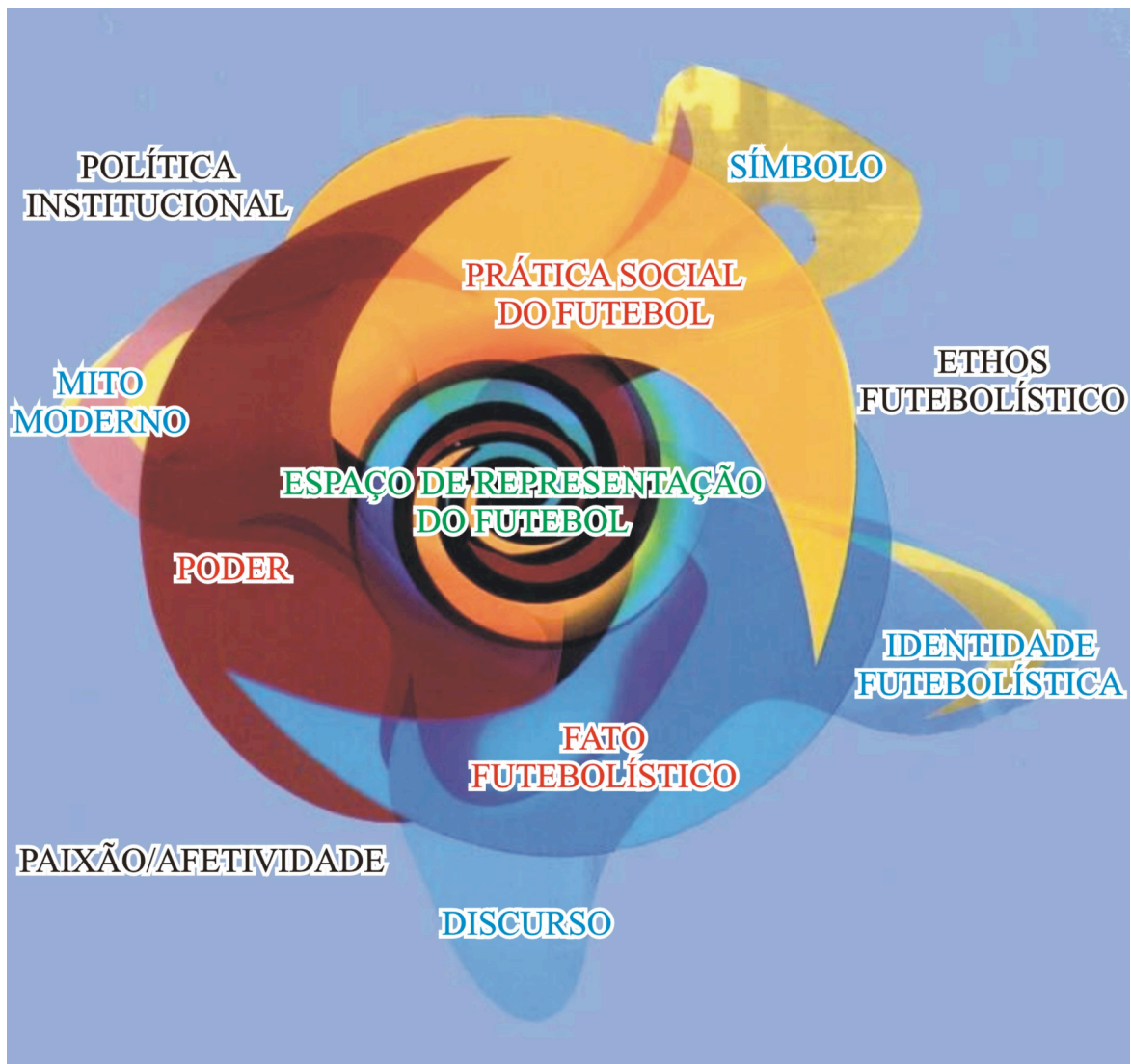
A categoria espaço de representação, conforme apresentado, é capaz de sustentar a teoria das representações sociais em uma perspectiva geográfica. Assim, contribui para que a abordagem cultural em geografia ganhe fôlego a partir da perspectiva da realização de um diálogo com a teoria das representações sociais. Deste modo, a cultura passa a exercer uma função norteadora (não mais de conceito chave), possibilitando que os trabalhos em geografia cultural se fundamentem na teoria das representações sociais e utilizem o espaço de representação como conceito chave.

O espaço de representação se estrutura através de círculos que se interagem entre si, formando complexas relações. Há o círculo dos reinos, das categorias de

mediação e das categoriais centrais. Os reinos se manifestam enquanto representação social, já as categorias centrais, através de sua interação, produzem o conceito de espaço de representação. Elas se expressam através do círculo das categorias de mediação.

A partir do redimensionamento do espaço de representação realizado por GIL FILHO (2003) – em seus estudos sobre geografia da religião – foi desenvolvida a estruturação do espaço de representação do futebol.

FIGURA 01: ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL



O espaço de representação do futebol se divide em três elementos das categoriais centrais: o poder, o fato futebolístico e a prática social do futebol. Estas três categoriais centrais se relacionam com os três reinos (da política institucional, da paixão/afetividade e do *ethos* futebolísticos) através das quatro seguintes categoriais de mediação: o mito moderno, o discurso, a identidade futebolística e o

símbolo. A inter-relação de todos estes elementos constitui o espaço de representação do futebol (FIGURA 01)

Os elementos do espaço de representação do futebol derivam de conceitos mais abrangentes – por exemplo, a identidade futebolística é uma derivação do conceito de identidade no sentido lato. Desta forma, é necessário discutir tais conceitos gerais para que, posteriormente, a relação deles com o futebol seja feita.

1.1 Prática Social

A prática social acontece a partir de uma realidade social construída objetiva e subjetivamente pelos indivíduos, sobretudo a partir de sua vida cotidiana. Esta construção se dá através das relações estabelecidas e situações vivenciadas no universo consensual. Estas produzem um determinado conhecimento do senso comum “que constitui o tecido de significados sem o qual nenhuma sociedade poderia existir” (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 29-30). Estes conhecimentos são as representações sociais que, segundo JOVCHELOVITCH (2000, p. 32), “são saberes sociais construídos em relação a um objeto social, que elas também ajudam a formar”.

Para os indivíduos, o mundo cotidiano apresenta-se como coerente e dotado de sentido através das representações sociais. Estas são produzidas pelos pensamentos e ações dos homens comuns, que partilham uma realidade subjetivamente significativa. A realidade da vida cotidiana se organiza em torno do “aqui e agora”, ou seja, do espaço (o corpo) e do tempo (presente). O que está inserido neste recorte pode ser manipulado e apreendido pela consciência. Mas BERGER e LUCKMANN (1999, p. 39) advertem que “a realidade da vida diária, porém, não se esgota nessas presenças imediatas, mas abraça fenômenos que não estão presentes ‘aqui e agora’. Isto quer dizer que experimento a vida cotidiana em diferentes graus de aproximação e distância, espacial e temporalmente. A mais próxima de mim é a zona da vida cotidiana diretamente acessível à minha manipulação corporal”.

A realidade da vida cotidiana apresenta-se de forma intersubjetiva, ou seja, o indivíduo não se encontra sozinho neste mundo, mas sim em constante interação com seus pares. O indivíduo tem consciência que compartilha a realidade social com estes e que eles também organizam o mundo cotidiano a partir do “aqui e agora”. O compartilhamento de tal realidade só é possível graças à comunicação. Esta

possibilita que as representações sociais sejam criadas, compartilhadas, modificadas e que circulem também. Desta forma, se cria uma contínua correspondência entre os significados de diferentes indivíduos na vida cotidiana, o senso comum.

Assim, na construção social da realidade cotidiana é fundamental entrar em contato com os outros indivíduos de forma a compartilhar o “aqui e agora”. O face a face constitui-se a base da interação social, pois os demais casos derivam deste. BERGER e LUCKMANN (1999, p. 47) afirmam que somente nas relações face a face “a subjetividade do outro é expressivamente ‘próxima’. Todas as outras formas de relacionamento com o outro são, em graus variáveis, ‘remotas’”. São justamente as relações face a face as situações mais propícias para o surgimento, modificações e circulações de representações sociais, como aponta JOVCHELOVITCH referindo-se a MOSCOVICI:

Como Moscovici (1984) salientou, (...), as representações sociais estão radicadas nas reuniões públicas, nos cafés, nas ruas, nos meios de comunicação, nas instituições sociais e assim por diante. Este é o espaço em que elas se incubam, se cristalizam e são transmitidas. É no encontro público de atores sociais, nas várias mediações da vida pública, nos espaços em que sujeitos sociais reúnem-se para falar e dar sentido ao cotidiano que as representações sociais são formadas. (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 40)

A realidade social é assimilada a partir de um contínuo de tipificações. Estas podem ser entendidas como representações sociais e tornam-se anônimas ao se distanciar do “aqui e agora”. Estas tipificações, ou representações sociais, são fundamentais para a formação da estrutura social, pois esta é “a soma dessas tipificações e dos padrões recorrentes de interação estabelecidos por meio delas. Assim sendo, a estrutura social é um elemento essencial da realidade da vida cotidiana” (BERGER; LUCKMANN, 1999, p.52).

A ordem social é produzida ao longo da história pelos indivíduos, a partir de sua exteriorização, e só existe como produto social da atividade humana. BERGER e LUCKMANN (1999, p. 87) apresentam os três pressupostos sem os quais qualquer análise do mundo social torna-se distorcida: “*a sociedade é um produto humano. A sociedade é uma realidade objetiva. O homem é um produto social*”.

Não é possível, para o indivíduo, reter todas suas experiências na consciência, devido ao processo de sedimentação. Se não fosse assim, o indivíduo não seria capaz de dar sentido a sua biografia. Desta forma, atribui diferentes

valores a objetos e ações, os carregando de valor simbólico. Estes objetos e ações simbólicas expressam uma parte do conhecimento dos indivíduos.

1.2 Poder

O espaço de representação é complexo em suas relações, tanto entre seus elementos quanto entre os atores que nele circulam. Segundo FOUCAULT (1998) o poder é relacional, ou seja, sua existência pressupõe uma relação. Desta maneira, é possível pensar que toda relação é uma relação de poder (RAFFESTIN, 1993). Porém, ele não aponta o poder como um objeto natural, global e unitário. Pelo contrário, este é entendido como uma prática social heterogênea e que se transforma constantemente de acordo com a história.

FOUCAULT defende a idéia de que o poder não é algo que é possuído, mas algo que é exercido. Não há aqueles que detêm e aqueles que não detêm o poder, mas sim aqueles que o exercem e aqueles que sofrem suas ações. Porém, afirma que todos os indivíduos exercem e sofrem ações do poder:

O poder deve ser analisado como algo que circula, ou melhor, como algo que só funciona em cadeia. Nunca está localizado aqui ou ali, nunca está nas mãos de alguns, nunca é apropriado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona e se exerce em rede. Nas suas malhas os indivíduos não só circulam mas estão sempre em posição de exercer este poder e de sofrer sua ação; nunca são o alvo inerte e consentido do poder, são sempre centros de transmissão. Em outros termos, o poder não se aplica aos indivíduos, passa por eles. Não se trata de conceber o indivíduo como uma espécie de núcleo elementar, átomo primitivo, matéria múltipla e inerte que o poder golpearia e sobre o qual se aplicaria, submetendo os indivíduos e estraçalhando-os. Efetivamente, aquilo que faz com que o corpo, gestos, discursos e desejos sejam identificados e constituídos enquanto indivíduos é um dos primeiros efeitos do poder. Ou seja, o indivíduo não é o outro do poder: é um de seus primeiros efeitos. O indivíduo é um efeito do poder e simultaneamente, ou pelo próprio fato de ser o efeito, é seu centro de transmissão. O poder passa através do indivíduo que ele constituiu (FOUCAULT, 1998, p. 183-184).

Deste modo, refuta a idéia de que o poder está ligado necessariamente ao Estado, postulando que este é exercido em diferentes níveis na rede social. Assim, pode-se falar em micro-poderes, que não são necessariamente determinados pelo poder central, ou seja, as relações de poder constituídas na periferia possuem certa autonomia em relação ao centro. As relações de poder são desiguais entre os indivíduos ou grupos que participam delas. O que não significa que o poder não é algo exclusivamente maléfico e repressivo e que as relações, pautadas por ele, também podem ser benéficas e construtivas.

O caráter de ação atribuído ao poder, por FOUCAULT, faz com que ele não se restrinja a determinados tipos de relações, como as econômicas, mas que se constitua em uma relação de força em diferentes instâncias (políticas, culturais, sociais, religiosas, etc.). “O poder não se dá, não se troca nem se retoma, mas se exerce, só existe em ação, como também da afirmação que o poder não é principalmente manutenção e reprodução das relações econômicas, mas acima de tudo uma relação de força” (FOUCAULT, 1998, p. 175).

O poder está intimamente ligado ao discurso. Este é produzido e circulado através de relações de poder, que por sua vez também dependem deste discurso para existir. Sobre esta questão FOUCAULT (1998, p. 179) afirma que “em uma sociedade como a nossa, mas no fundo em qualquer sociedade, existem relações de poder múltiplas que atravessam, caracterizam e constituem o corpo social e que estas relações de poder não podem se dissociar, se estabelecer nem funcionar sem uma produção, uma acumulação, uma circulação e um funcionamento do discurso”.

1.3 Discurso

Como já mencionado acima, o discurso está intimamente ligado às relações de poder, que produzem, acumulam, e fazem circular e funcionar um certo discurso. Este, por sua vez, pode ser entendido como a mediação entre fenômenos da realidade e o saber. Ele expressa este saber, uma construção de poder sobre fatos da realidade. Desta forma, é possível afirmar que “o discurso é poroso à práxis, e a práxis é modificada pelo discurso” (O HOMEM e o discurso, 1996, p. 10).

O discurso está intimamente ligado à prática social, ao saber e às relações de poder. Ele é a manifestação do poder de um indivíduo, de um grupo ou de uma instituição. Porém, assim como o poder ele não pode ser possuído, mas sim praticado. Desta forma, pode-se dizer que o discurso é uma prática. “Mas é preciso evitar mal-entendidos: por ‘prática’ não se entende a atividade de um sujeito, e sim a existência objetiva e material de certas regras às quais o sujeito tem que obedecer quando participa do ‘discurso’” (LECOURT, 1996, p. 51).

Toda prática discursiva é estruturada pela regularidade – que não significa o antônimo de irregularidade, mas sim que as práticas discursivas compartilham de características semelhantes no que tange a relações e efeitos coercitivos sobre os sujeitos. O discurso é algo investido a alguém. Principalmente, quando este discurso reflete e expressa a posição social, cargo ou função de um indivíduo. Assim, os

diferentes atores sociais vão praticar diferentes discursos entre si. Todavia, isto não significa que exista uma homogeneidade absoluta nos discursos de atores sociais que ocupam a mesma função, mas que tais práticas discursivas obedecem a uma certa regularidade. Elas se inserem em formações discursivas, que se estruturam hierarquicamente e também se ordenam através de regras. Tal regularidade hierárquica se impõe ao sujeito do discurso. Assim, além dos discursos serem articulados pelo poder, eles produzem relações de poder. Portanto, aquele que discursa investido de um cargo não só expressa o poder através de sua fala, bem como é o discurso que legitima o poder exercido por ele.

As práticas discursivas são determinantes na constituição das formações discursivas nos seguintes aspectos: objetos, modalidades de enunciação dos sujeitos, conceitos, e escolhas temáticas (ROUANET, 1996). Desta forma, se admite que existem tanto discursos hegemônicos – aqueles que possuem aspectos em comum com a maioria das práticas discursivas – quanto periféricos – que são marginalizados. Todavia, apesar de serem excluídos pelo discurso hegemônico, é fundamental também levar em consideração os periféricos, pois estes dizem muito sobre o discurso hegemônico e sobre as relações de poder produzidas pelas práticas discursivas.

1.4 Política

Em “Por uma Geografia do Poder” (1993), Claude RAFFESTIN discute o papel do poder dentro da Geografia Política. Seguindo uma linha foucaultiana, o autor atribui ao poder caráter central em qualquer relação. Desvincula, assim, necessariamente, o poder do Estado, apesar de ser neste que a política se demonstra mais explicitamente acabada. Desloca as relações de poder também às práticas cotidianas, pois é a partir delas que o mundo é “produzido”. Tais relações são fundamentalmente políticas, pois é a partir delas que os indivíduos e grupos se diferenciam dos outros e que as organizações mantêm (ou procuram manter) sua ordem interna. RAFFESTIN (1993, p. 34) deixa clara sua influência em FOUCAULT, ao afirmar que: “nossa concepção é tão pouco econômica que colocaremos como axioma de base que toda relação, no que se refere ao seu conteúdo, é ‘política’, visto interessar e concernir realmente, ou virtualmente, a todo ser que pertence à coletividade ou a uma dada coletividade”. Desta forma, é possível afirmar que “o poder político é congruente a toda forma de organização” (RAFFESTIN, 1993, p.18).

RAFFESTIN (1993, p. 38) identifica alguns elementos constituintes de uma relação. O estudo das relações passa por tais elementos.

Os elementos constitutivos são: os atores, a política dos atores – ou o conjunto de suas intenções, isto é, suas finalidades –, a estratégia deles para chegar a seus fins, os mediatos da relação, os diversos códigos utilizados e os componentes espaciais e temporais da relação. Aparentemente não é dado nenhum espaço ao poder, que no entanto orienta nossa reflexão. Mas isso apenas na aparência, pois o poder está presente, faz parte de todo o processo relacional.

Assim, aponta a necessidade das abordagens partirem dos indivíduos ou dos grupos que estes constituem. Desta concepção surge a idéia de identidade – que será discutida posteriormente – a partir da diferenciação em relação a uma ou outra coletividade. Estes grupos, que se distinguem dos outros por suas qualidades, se organizam através de dois elementos básicos: a concentração e a hierarquia. Estes elementos se materializam nas relações políticas, de poder e através do discurso. Elas encontram sua legitimação nas instituições. O processo de institucionalização é meramente social. Este decorre de tipificações recíprocas de ações habituais de atores sociais: “qualquer uma dessas tipificações é uma instituição. O que deve ser acentuado é a reciprocidade das tipificações institucionais e o caráter típico não somente das ações mas também dos atores nas instituições. As tipificações das ações habituais que constituem as instituições são sempre partilhadas” (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 79). Percebe-se que a institucionalização é fruto de relações entre atores sociais, de relações de poder e de representações sociais.

As instituições são construídas a partir de uma historicidade compartilhada. O mundo institucional precede o nascimento do indivíduo e permanecerá depois de sua morte. Elas têm histórias próprias – construídas por indivíduos em um processo social –, as quais precisam ser compreendidas para ser possível entender adequadamente uma instituição.

Ao desempenhar papéis, os indivíduos participam de um mundo social e experienciam as instituições. A interiorização dos papéis possibilita que o mundo social torne-se subjetivamente real para o indivíduo. Segundo BERGER e LUCKMANN (1999, p. 104), os papéis representam a ordem institucional em dois níveis:

Primeiramente a execução do papel representa a si mesma. Por exemplo, empenhar-se em julgar é representar o papel do juiz. O indivíduo julgador não está atuando “por sua própria conta”, mas *qua* juiz. Em segundo lugar, o papel representa uma completa necessidade institucional de conduta. O

papel do juiz relaciona-se com outros papéis, cuja totalidade compreende a instituição da lei. O juiz atua como representante desta instituição. Somente mediante esta representação em papéis desempenhados é que a instituição pode manifestar-se na experiência real.

As instituições podem ser representadas de outras maneiras, como designações verbais e símbolos, que podem ser quaisquer objetos que possuam um valor simbólico de remeter a realidade institucional. Estes objetos podem ser modificados ou reforçados como símbolos durante o tempo.

1.5 Símbolo

Os símbolos são elementos fundamentais para o entendimento do espaço de representação, pois este é repleto de relações simbólicas. Eles estão presentes nos comportamentos, sentimentos, desejos e atos dos diversos atores sócio-espaciais do espaço de representação. Desta forma, ignorá-los seria omitir uma parte importante da constituição do espaço e também da vida dos indivíduos. Segundo CHEVALIER e GHEERBRANT (1988, p. xii), “seria pouco dizer que vivemos num mundo de símbolos – um mundo de símbolos vive em nós.”

Através dos símbolos é possível desvelar manifestações do inconsciente, os motivos das ações, enfim, descobrir os aspectos mais íntimos que motivam as mais diversas relações.

A principal dificuldade encontrada no estudo dos símbolos é que eles têm como característica possuírem uma percepção pessoal. Desta forma é impossível, através de palavras definir exatamente o valor e os significados que cada símbolo carrega. “O símbolo tem precisamente essa propriedade excepcional de sintetizar, numa expressão sensível, todas as influências do inconsciente e da consciência, bem como das forças instintivas e espirituais, em conflito ou em vias de se harmonizar no interior de cada homem” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1988, p. xiv).

Além disso, os significados dos símbolos não são universais e intemporais, pois estes dependem da cultura na qual estão emersos, da época que se trata, dos grupos sociais que se apropriam destes e das instituições que representam. Assim, o mesmo símbolo admite mais de uma significação, mais de uma interpretação.

A utilização do termo “símbolo” necessita de cuidado, pois constantemente este é confundido com o “signo”. Tais termos possuem ligação entre si, porém não são sinônimos. O signo apresenta-se como uma imagem que não ultrapassa o nível

de significação, ou seja, limita-se a si próprio. Para CASSIRER (1992, p. 21), “todo signo esconde em si o estigma da mediação, o que o obriga a encobrir aquilo que pretende manifestar”. Já o símbolo é mais complexo, vai além do significado do objeto em questão, estendendo-se ao sujeito. Nas palavras de CHEVALIER e GHEERBRANT (1988, p. xvii) “o símbolo diferencia-se essencialmente do signo por ser, este último, uma convenção arbitrária que deixa alheios um ao outro o significante e o significado (objeto ou sujeito), ao passo que o símbolo pressupõe *homogeneidade do significante e do significado no sentido de um dinamismo organizador*. (DURS, 20)”. Desta forma, o símbolo apresenta um caráter dinâmico e inovador.

Todavia, o símbolo não constitui e nem se caracteriza por abstrações. Pelo contrário, o símbolo é pleno de realidades concretas e não convive com a abstração, que, por sua vez, gera signos. O símbolo é mais do que um signo ou sinal, pois depende de uma interpretação, que se dá a partir de repertórios. O símbolo “está carregado de afetividade e de dinamismo. Não apenas representa, embora de certo modo encobrindo, como também de um certo modo – realiza e anula ao mesmo tempo. Afeta estruturas mentais” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1988, p. xviii).

Desta maneira, averigua-se que o símbolo necessita de um sujeito ou grupo para existir. Este deve ter uma atitude ativa em relação ao símbolo, pois apenas um objeto não é bastante para a constituição de um símbolo. Necessita da interação deste com o sujeito. Existindo tal interação, não há restrição quanto ao objeto que possa se tornar um símbolo, este pode ser natural ou abstrato. Nas palavras de CASSIRER (2003, p. 54): “é característica comum a todas as formas simbólicas serem aplicáveis a quaisquer objetos. Nada existe que lhes seja inacessível ou impermeável; o caráter peculiar de um objeto não afeta a sua atividade”.

Quando um grupo se apropria de um símbolo, este se torna um centro em torno do qual o universo se articula. Os membros deste grupo se identificam através de tal símbolo, o qual pode não ter significado nenhum para outro grupo qualquer. Apesar de cada símbolo se constituir como um microcosmo, nada impede que mais símbolos interajam entre si. Não há exclusividade no pensamento simbólico, mas sim interpenetração entre os diferentes símbolos. Estes possuem também a capacidade de reunir, inclusive de maneira harmônica, os contrários.

Como os grupos se reúnem em torno de símbolos, o estudo destes é fundamental para se compreender os diversos grupos de atores do espaço de representação, bem como a maneira que agem, o discurso que produzem, as

relações de poder que propiciam e a identidade que compartilham. CHEVALIER e GHEERBRANT (1988, p. xxx) advertem sobre a importância da compreensão dos símbolos: “A concordância sobre o símbolo é um passo da maior importância na via da socialização. Na sua qualidade de universal, o símbolo tem a capacidade simultânea de introdução do cerne do individual e do social. Quem penetrar no sentido dos símbolos de uma pessoa ou de um povo conhecerá a fundo essa pessoa ou esse povo”.

Os símbolos estão organizados dentro de universos simbólicos, que são “a matriz de todos os significados socialmente objetivados e subjetivamente reais” (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 132). A vida dos indivíduos e da sociedade ocorre dentro de tais universos, que “são corpos de tradição teórica que integram diferentes áreas de significação e abrangem a ordem institucional em uma totalidade simbólica” (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 131).

1.6 Mito

Os mitos estão inseridos no pensamento simbólico. Para CHEVALIER e GHEERBRANT (1988, p. xix), estes são “transposições dramáticas, desses arquétipos, esquemas e símbolos, ou como composições de conjunto, epopéias, narrativas, gêneses, cosmogonias, teogonias, gigantomaquias, que já começam a deixar entrever um processo de racionalização”.

CASSIRER também aponta a característica simbólica dos mitos, em seu livro “Linguagem e Mito”. Assim, atribui aos mitos a função de dar significado à “realidade”.

Deste ponto de vista, o mito, a arte, a linguagem e a ciência aparecem como símbolos: não no sentido de que designam na forma de imagem, na alegoria indicadora e explicadora, um real existente, mas sim, no sentido de que cada uma delas gera e parteja seu próprio mundo significativo. Neste domínio, apresenta-se este autodesdobramento do espírito, em virtude do qual só existe uma “realidade”; um Ser organizado e definido. Conseqüentemente, as formas simbólicas especiais não são imitações, e sim, órgãos dessa realidade, posto que, só por meio delas, o real pode converter-se em objeto de captação intelectual e, destarte, tornar-se visível para nós. (CASSIRER, 1992, p. 22)

No entanto, as formas simbólicas não se constituem nem são reconhecidas por si próprias. Elas derivam, de alguma forma, de seu embrião que é o mito. Não se

pode dizer que o pensamento mítico é totalmente independente do pensamento lógico. Assim, é possível empreender tentativas de se entender os mitos – o que são e como atuam.

Estes têm uma importante função na vida cultural dos indivíduos, pois se relacionam com diversas atividades humanas, como às artísticas e às ligadas à linguagem. Compreender a relação de solidariedade existente entre a linguagem e o mito é, segundo CASSIRER (2003), a chave para o mundo mítico. O ato da denominação é a primeira manifestação do poder físico e intelectual que o homem exerce sobre o mundo, o submetendo a seu saber. Porém, mesmo possuindo uma relação tão estreita, o mito e a linguagem não são idênticos estruturalmente. A linguagem é fundamentalmente lógica, enquanto o mito possui um caráter aparentemente irracional e incoerente, apesar de possuir uma ligação com o pensamento lógico. Assim, não é possível intelectualizar o pensamento mítico, pois ele se fundamenta em elementos emocionais. Apesar disto, o mito foi relacionado com elementos empíricos, passíveis de estudos científicos, constituindo-se um sistema.

O entendimento do mito passa pelo entendimento dos ritos. Para CASSIRER (2003, p. 43) “o rito é um elemento muito mais profundo e duradouro do que o mito na vida religiosa do homem”. Ele é o elemento dramático ou teatral da vida religiosa, mas não apenas dela. Seria impossível enumerar os sujeitos do mito e os atos rituais, pois são diversos e incalculáveis, porém os motivos do pensamento mítico e a imaginação mítica são, de certa forma, muito semelhantes.

Através dos mitos é que os indivíduos exprimem e organizam seus instintos mais profundos, esperanças e temores, enfim, suas mais diversas emoções. Porém, isto não significa que os mitos não se encontram distante da realidade empírica, mas sim em contradição com ela. Para CASSIRER, o mito

parece constituir um mundo inteiramente fantástico, apesar disso, até o mito tem um certo aspecto “objetivo” e uma função objetiva definida. O simbolismo lingüístico conduz a uma objetivação das impressões sensoriais; o simbolismo mítico leva a uma objetivação de sentimentos. Nos seus ritos mágicos, nas suas cerimônias religiosas, o homem age sob a pressão de profundos desejos individuais e violentos impulsos sociais. Ele realiza essas ações sem conhecer os seus motivos; estes são inteiramente inconscientes. Mas se esses ritos se transformam em mitos aparece um novo elemento (CASSIRER, 2003, p. 66-67).

O mito é um dos elementos mais antigos das mais diversas culturas humanas. Entretanto, os mitos antigos e os mitos modernos possuem peculiaridades próprias, apesar de possuírem a mesma essência. Segundo CASSIRER (2003), os mitos modernos fundam-se em duas forças, que mesmo agindo juntas não são idênticas. Estas são: o culto ao herói – que se fundamenta nas palavras de CARLYE – e o culto à raça – postulado por GOBINEAU.

O fascismo e o nazismo são ótimos exemplos para ilustrar como estas idéias fizeram surgir e perdurar mitos modernos. Em épocas de graves problemas sociais e econômicos, nos quais o homem perde suas referências e se desespera – deixando a razão de lado – afloram os mitos (modernos), pois estes nunca foram realmente superados. Os mitos, ao surgirem, se tornam os referenciais da vida social, que deixa de ser baseada fundamentalmente na razão, passando ao misterioso.

A formação dos mitos modernos praticamente exige a identificação de um chefe, uma pessoa capaz de satisfazer o desejo coletivo de um povo. Tal chefe reúne as capacidades de um político trabalhador e de um mago social. Alia a racionalidade com a magia. Todavia, o mito moderno não nasce como um produto livre da imaginação, mas algo planejado a partir de métodos e técnicas, a fim de melhor cumprir seus objetivos. Dentre os quais se encontram as alterações dos valores éticos e da fala humana. Nesta nova fala, “a palavra mágica ganha precedência sobre a palavra semântica” (CASSIRER, 2003, p. 327).

Os ritos também aparecem como elementos fundamentais no nascimento, propagação e sobrevivência dos mitos modernos, pois é através deles que sua condição se legitima. Os ritos são planejados pelos chefes, a fim de estarem presentes em todas as instâncias da vida social. Deste modo, cada ação possui um ritual correspondente. Estes são regulares, inexoráveis e rigorosos, de modo que todos devem cumpri-los. Ao mesmo tempo em que legitimam o mito, os ritos são legitimados pelo chefe, que além de reunir as condições de líder político e mágico, acumula a função de representante divino.

Os mitos possuem a sua dinâmica. Ora afloram, ora se enfraquecem. Porém, estes nunca acabam, são apenas dominados e subjugados pelas forças intelectuais, éticas e artísticas. No entanto, quando tais forças diminuem, o caos surge acompanhado do pensamento mítico, que por sua vez, se alastra sobre toda a vida cultural e social do homem (CASSIRER, 2003).

1.7 Identidade

O conceito de identidade adotado neste trabalho é o de Manuel CASTELLS (2002). Este autor entende por “identidade o processo de construção de significados com base em atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(is) prevalece(m) sobre outras fontes de significados” (CASTELLS, 2002, p. 22). Desta forma, atribui peso determinante à cultura na construção de identidades. Partindo do pressuposto de que as identidades são construídas socialmente e se dão no cotidiano, a partir de atributos culturais, é possível dizer que as identidades podem se constituir e se expressar através de representações sociais. Quando CASTELLS fala no prevalecimento de significados sobre outros se aproxima da fala de MOSCOVICI (2003) ao dizer que as representações reproduzem o mundo de forma significativa e ao circular permitem o aparecimento de novas representações sociais com diferentes significados.

Para CASTELLS (2002, p. 23) significado pode ser definido como a “identificação simbólica, por parte de um ator social, da finalidade da ação praticada por tal ator”. Este carácter simbólico propicia o diálogo entre suas formulações sobre identidade com o espaço de representação.

BERGER e LUCKMANN compartilham da idéia de que a identidade é formada por processos sociais, ou seja, que ela é criada, modificada e mantida por relações sociais. Assim, as identidades reagem à estrutura social, remodelando-a. Estes autores também apontam a importância da identidade no processo da construção de realidade subjetiva e na situação do indivíduo no mundo cotidiano.

Seria, por conseguinte, um erro admitir que somente os outros significativos servem para manter a realidade subjetiva. Mas os outros significativos ocupam uma posição central na economia da conservação da realidade. São particularmente importantes para a progressiva confirmação daquele elemento crucial da realidade que chamamos a identidade. Para conservar a confiança de que é na verdade a pessoa que pensa que é, o indivíduo necessita não somente a confirmação implícita desta identidade, que mesmo os contactos diários casuais poderiam fornecer, mas a confirmação explícita e carregada de emoção que lhe é outorgada pelos outros significantes para ele. (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 199-200)

A identidade pode ser construída através da história, geografia, instituições, fantasias, por relações de poder, entre outros fatores. As representações sociais fornecidas por estes diversos elementos “são processados pelos indivíduos, grupos

sociais e sociedades, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espço” (CASTELLS, 2002, p. 23). Deste modo, percebe-se que há nas palavras de CASTELLS uma forte dimensão espacial, cultural e simbólica.

A identidade não passa apenas pelo processo de inclusão, mas também de exclusão – manifestado pela oposição ao outro. Se identificar com um grupo que compartilha atributos culturais e representações sociais cujos significados são antagônicos aos de um outro grupo, é se opor a este grupo. Esta situação ocorre na constituição dos nacionalismos, em oposição aos estrangeiros. O autoconhecimento de um grupo “nunca está totalmente dissociado da necessidade de ser conhecido, de modos específicos, pelos outros” (CALHOUN *apud* CASTELLS, 2002, p. 22), ou seja, passa pelas representações sociais construídas pelos outros.

1.8 Afetividade

É fundamental, para se entender como afetividade é criada e se manifesta, compreender o processo de socialização tanto primária quanto secundária. Este processo é posterior à interiorização, um dos três momentos constituintes da dialética da sociedade. Os outros dois são a exteriorização e a objetivação (BERGER; LUCKMANN, 1999).

Segundo BERGER e LUCKMANN (1999, p. 174) a interiorização é “a apreensão ou interpretação imediata de um acontecimento objetivo como dotado de sentido, isto é, como manifestação de processos subjetivos de outrem, que desta maneira torna-se subjetivamente significativo para mim”. Apesar de atribuir sentido à subjetividade do outro, o indivíduo não necessariamente o compreende adequadamente. É através da interiorização que ele toma conhecimento de seus semelhantes e do mundo como realidade social significativa.

Ao realizar o processo de interiorização, o indivíduo se torna membro da sociedade através da socialização “que pode assim ser definida como a ampla e consistente introdução de um indivíduo no mundo objetivo de uma sociedade ou de um setor dela” (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 175).

A socialização primária ocorre na infância e marca o processo de inserção da criança na sociedade. Ela não ocorre apenas como um processo cognoscitivo, mas também tem como elemento fundamental as emoções. É através delas que a criança se liga aos indivíduos a sua volta, possibilitando o processo de

aprendizagem. Para que a criança se socialize, é preciso que ela se identifique com os significativos a sua volta, interiorizando seus papéis e atitudes, para que, assim, possa se identificar a si mesma subjetivamente de modo coerente e plausível. Desta forma, constrói sua personalidade em um processo reflexivo através de “uma dialética entre a identificação pelos outros e a auto-identificação, entre a identidade objetivamente atribuída e a identidade subjetivamente apropriada” (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 176-177). Todavia, a criança não somente absorve as atitudes e os papéis dos significativos a sua volta, bem como assume o mundo deles, criando uma identidade social que localiza o indivíduo (criança) neste mundo.

O processo de socialização secundária acontece posteriormente à primária. Aqui o indivíduo interioriza “submundos” institucionais, em decorrência da divisão do trabalho e da distribuição social do conhecimento. Adquire, assim, funções específicas dentro destas realidades parciais – formadas pelos “submundos” –, porém, razoavelmente coerentes e constituídas por elementos normativos, afetivos e cognoscitivos. Tais submundos necessitam ser legitimados, de forma que são freqüentemente acompanhados por símbolos, sejam eles materiais ou rituais.

Como a socialização secundária depende da já realização da socialização primária, pressupõe-se um mundo já interiorizado e contornos de uma personalidade já formada. Sendo assim, se torna difícil a interiorização de novos conteúdos, pois o indivíduo já possui uma realidade arraigada, que tende a persistir. Desta forma, os novos conteúdos devem se sobrepor aos já existentes, o que não é um processo fácil.

BERGER e LUCKMANN (1999, p. 177) definem a identidade como “localização em um certo mundo e só pode ser subjetivamente apropriada *juntamente com* este mundo”. Eles apontam a necessidade da identificação no processo de socialização primária, o que não ocorre com a secundária. Desta maneira, a afetividade se mostra mais presente no primeiro estágio da socialização.

Enquanto a socialização primária não pode ser realizada sem a identificação, carregada de emoção, da criança com seus outros significativos, a maior parte da socialização secundária pode dispensar este tipo de identificação e prosseguir eficientemente só com a quantidade de identificação mútua incluída em qualquer comunicação entre seres humanos. Dito às claras, a criança deve amar a mãe, mas não o professor. A socialização mais tarde na vida começa tipicamente a revestir-se de uma afetividade que lembra a infância, quando procura transformar radicalmente a realidade subjetiva do indivíduo. Este fato cria problemas especiais que analisaremos um pouco mais adiante. (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 189)

1.9 Espaço de Representação do Futebol

Como já dito anteriormente, o espaço de representação do futebol se estrutura através de categorias centrais (prática social do futebol, fato futebolístico e poder), categorias de mediação (mito moderno, discurso, símbolo e identidade futebolística) e reinos (política institucional, *ethos* futebolístico e paixão/afetividade). Tais elementos, anteriormente discutidos em sentido geral, serão aqui retomados sob a perspectiva do futebol, a fim de formar um novo conceito, o do espaço de representação do futebol.

O futebol apresenta uma prática social própria, porém altamente articulada com a prática social cotidiana. Tal articulação se dá de maneira mais íntima em sociedades nas quais o futebol ocupa um espaço importante como elemento sócio-cultural e de sociabilização. Como o presente trabalho tem como objetivo discutir as relações espaciais do futebol em uma sociedade em que este tem um papel fundamental na sua construção – a sociedade curitibana –, parte-se do pressuposto que a prática social do futebol é indissociável da prática social em sentido geral e vice-versa.

No entanto, o termo “prática social do futebol” será utilizado dentro do contexto e do conceito de espaço de representação do futebol, como todas e quaisquer relações sociais produzidas pelo futebol. Vai desde o ir ao estádio, o jogar, o torcer, até os comentários produzidos pela partida e seus bastidores.

Entender a prática social do futebol é passo fundamental para compreender a construção do espaço de representação do futebol, pois são nas relações cotidianas que vão circular, ser criadas e modificadas as representações sociais. Como a realidade social é construída objetiva e subjetivamente pelos indivíduos a partir de suas relações cotidianas e o futebol faz parte desta realidade, este é um produtor e um produto de representações sociais. Neste sentido, o conhecimento popular (cotidiano) sobre o futebol surge de representações sociais geradas pelos atores sócio-espaciais, a partir de suas observações, e pelo discurso da mídia, incorporado também por torcedores. Estas representações circulam através dos meios de comunicação e pelo contato face a face dos torcedores. A conversa é a maior expressão da prática social do futebol, pois é a partir dela que as representações surgem, ganham força, circulam e são derrubadas dando lugar a novas representações. Tais conversas se dão principalmente em locais públicos, como bares, botequins, praças, nos próprios estádios, entre outros. Porém, não se limitam

a tais locais, pois as conversas sobre futebol também são observadas dentro das casas dos brasileiros e curitibanos.

O fato futebolístico é o ritual, o espetáculo em si. É a partida e os eventos que a circundam. Ele tem estreita relação com a prática social do futebol, pois esta depende do fato futebolístico para ter significado. O fato futebolístico não se limita ao esporte profissional, mas se estende à prática lúdica do jogo. A abordagem contempla os dois tipos de prática do futebol, pois eles estão intimamente ligados. No entanto, se toma como ponto de partida a prática profissional, pois ela influencia a prática lúdica, estabelecendo seus referenciais (GIULIANOTTI, 2002).

É a partir do fato futebolístico que os torcedores formulam as representações sociais, que os diferentes atores do espaço de representação do futebol se relacionam e produzem seus discursos, que os símbolos e mitos são gerados, enfim, que toda a malha de significados que permeia o futebol é criada. Tal assunto receberá maior atenção no próximo capítulo, no qual será realizada uma discussão temática sobre o futebol, tanto como esporte quanto como manifestação sócio-cultural e construtor de relações no espaço de representação.

O poder é fundamental na constituição do espaço de representação do futebol, pois ele permeia todas as relações, sejam elas promovidas no fato futebolístico ou na prática social do futebol. Ele se materializa nas relações entre os diferentes atores do espaço, formando representações sociais, símbolos, mitos modernos, valores, discursos, etc.

Os diferentes atores sócio-espaciais interagem entre si formando uma rede de relações sócio-espaciais a partir do futebol. Tais atores serão apresentados mais detalhadamente no decorrer deste trabalho, mas o importante é ressaltar que mesmo entre atores de uma mesma categoria, torcedores, por exemplo, o poder está presente em qualquer relação.

As relações de poder ocorrem nas interações entre os universos reificado e consensual, e inclusive no interior de ambos. Elas produzem representações sociais que influenciam na maneira de se jogar, torcer, entender, discutir, enfim, de se relacionar com o futebol.

A prática social do futebol, o fato futebolístico e o poder, em interação, produzem símbolos, mitos modernos, discursos e identidades futebolísticas. Tais elementos são fundamentais na constituição do espaço de representação do futebol, pois são eles que vão produzir sentido e perpetuar o universo simbólico do futebol.

Eles surgem e circulam como representações sociais nas relações cotidianas produzidas pelo futebol.

Os símbolos são todo e qualquer artefato ligado ao futebol, como as cores dos clubes, suas camisas, distintivos, bandeiras, mascotes, etc. Estes símbolos podem mudar sutilmente de significado durante o tempo e através do espaço ou ainda em razão de quem se apropria deles. Todavia, as mudanças de significado não são rápidas nem simples. É certo que diferentes clubes partilham as mesmas cores e que estas podem ter significados diferentes para tais clubes. Mas, geralmente, os torcedores de um mesmo clube partilham de um repertório de significados para as cores do clube que não variam muito de torcedor para torcedor. É importante ressaltar que tais símbolos são capazes de representar um clube, uma seleção, um país, o próprio futebol, diversas emoções, etc. Estes elementos são fundamentais nas relações promovidas pelo futebol, pois são eles que dão significado ao espaço de representação do futebol.

Os mitos modernos são as referências do passado do esporte, dos clubes ou das seleções. Eles são construídos através da mitificação de jogadores, treinadores, dirigentes, jornalistas, entre outros atores do espaço de representação do futebol. É importante frisar que estes mitos do futebol são fundamentalmente mitos modernos e possuem uma construção semelhante aos mitos políticos descritos anteriormente. Os mitos modernos são uma espécie de referência ou parâmetro aos quais os atuais atores sócio-espaciais devem se reportar e seguir como exemplo. Os mitos do futebol são construídos através dos tempos por seus feitos. Desta forma, um torcedor jovem pode possuir mitos diferentes daquele torcedor com mais idade. Geralmente, o torcedor mais antigo tem mais dificuldade em aceitar como referência à história de seu time um jogador mais recente, o que muitas vezes não é um problema para o torcedor jovem.

Os discursos produzidos no espaço de representação do futebol estão ligados aos papéis dos atores sócio-espaciais desta instância da espacialidade. Cada papel exige e produz um certo tipo de discurso. É certo que este depende também do indivíduo que fala, mas é fundamental lembrar que o indivíduo está investido de um cargo, que dentro da estrutura do futebol e das relações de poder às quais está exposto, exige uma certa regularidade no discurso. Porém, o discurso no futebol não se limita àquele produzido dentro das instituições futebolísticas (o discurso dos dirigentes, jogadores, técnicos, etc.), mas se estende ao dos meios de comunicação (jornais, rádio, televisão, etc.) e ao produzido pelos torcedores – que incorporam

elementos do universo reificado (institucional) através, principalmente, de sua relação com a mídia.

A identidade futebolística permeia os três elementos citados anteriormente, pois é através dela que os torcedores se “aglutinam” socialmente em torno de um clube. Ela está ligada com o compartilhamento de representações sociais, que geram um sentimento de pertença. Os indivíduos que possuem representações sociais em comum formam as torcidas, que têm por característica a negação de outros clubes. Portanto, a identidade futebolística não se resume apenas a se identificar com um clube, mas também de negar os demais, principalmente os rivais. A rivalidade é um sentimento ligado às representações sociais compartilhadas por um grupo em oposição às compartilhadas por outro. Ela pressupõe a existência de um clube contrário. Em Curitiba, a maior rivalidade é entre Atlético Paranaense e Coritiba (o denominado Atletiba). Todavia, a identidade futebolística não é exclusiva aos torcedores, podendo também ser observada nos demais atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol.

Estas categorias apresentadas, em interação, articulam os três reinos já citados. É importante ressaltar que quanto mais os elementos do espaço de representação do futebol se distanciam do centro do fractal (FIGURA 01), mais indireta torna sua relação com o próprio espaço de representação do futebol.

O reino da política institucional é aquele no qual as instituições futebolísticas interagem através de relações de poder. Algumas instituições que podem ser citadas como exemplo são os clubes, as federações, as confederações, as torcidas organizadas, as instituições públicas, entre outras. Este reino é fragmentado e desigual em suas relações entre os atores que o constituem. Assemelha-se com o que MOSCOVICI (2003, p. 51) denomina de universo reificado, no qual “a sociedade é vista como um sistema de diferentes papéis e classes, cujos membros são desiguais”. É no reino da política institucional que são tomadas as decisões sobre o clube, seleção, regras, etc. Porém, tais decisões não ficam apenas circunscritas a este reino, podendo sofrer influências externas, como do reino da paixão/afetividade.

Os valores produzidos pelas categorias centrais do espaço de representação do futebol se articulam no interior do reino do *ethos* futebolístico. Parte-se do pressuposto que o futebol produz e se estrutura através de uma série de valores, que podem ser perfeitamente antagônicos. Desta forma, as decisões tomadas no reino da política institucional, as manifestações de afetividade, as relações de poder, as representações sociais do futebol, etc. se articulam a partir de uma série de

valores produzidos e modificados ao longo do tempo. Alguns valores produzidos pelo futebol e/ou contemplados por ele são o de profissionalismo (e seu antagônico amadorismo), o de raça, o de democracia social e racial, o da possibilidade de ascensão social, de identificação com a pátria, entre um sem número de outros.

O reino da afetividade é aquele no qual se articulam as emoções em relação ao esporte, aos clubes, e a todos os outros elementos ligados ao espaço de representação do futebol. As emoções que as relações sociais que o futebol promove são diversas. No entanto, no futebol se percebe manifestações de afetividade levada ao extremo, uma afetividade exaltada, a qual será chamada aqui de paixão.

A paixão pode se manifestar de várias formas: pelos clubes, seleções, jogadores, etc. Além disto, a paixão pode desencadear outros sentimentos como o ódio por outros clubes ou seleções, entre outros muitos. A paixão é estimulada desde a infância, quando a criança “escolhe” um time para torcer. Na verdade a escolha da criança é condicionada por vários fatores e em muitos casos ela é coagida pelos pais que querem ver sua paixão continuar nos filhos. O processo de socialização primária é então fundamental na escolha de um clube, pois posteriormente é mais difícil para o indivíduo trocar de clube. Isto se deve ao fato que este fenômeno não é bem aceito socialmente. O indivíduo que procede assim é rotulado de “vira-casaca” e perde moral no espaço de representação do futebol. Esta paixão pelo clube é denominada de paixão clubística, que passa pela negação dos demais clubes (DAMO, 2002).

A paixão se manifesta nesta escolha e na defesa das cores do clube, ou seja, no torcer. O torcedor não é completamente racional, não enxerga os fatos com imparcialidade, pois a paixão pelo seu time o impede. Desta forma, rejeita tudo que não seja ligado ao seu clube, principalmente os outros times, pelos quais às vezes chega a cultivar ódio. As emoções permeiam todas as relações do espaço de representação do futebol de forma decisiva.

Em suma, o espaço de representação do futebol é a instância da espacialidade do futebol na vida dos indivíduos. Nele a experiência futebolística dos indivíduos é plena. Este espaço é concebido, construído, modificado e vivenciado nas relações cotidianas, através de representações sociais. No espaço de representação do futebol, os universos consensual e reificado se relacionam.

Este espaço de representação do futebol ajuda os indivíduos a dar sentido a sua vida social, pois o futebol, em Curitiba e no Brasil, extrapola seus significados

esportivos, invadindo com enorme força os campos cultural e social, construindo paisagens, relações e elementos simbólicos. Tais elementos dizem muito sobre a cultura de uma determinada sociedade, pois são produtos de tal cultura. Assim sendo, o espaço de representação do futebol não é um conceito limitado exclusivamente para o estudo do futebol como esporte, mas como expressão social e cultural, podendo ser apropriado por qualquer estudo cujo objeto é a cultura e a sociedade brasileira, paranaense ou curitibana.

2 O FUTEBOL – ELEMENTO CULTURAL E SOCIAL DO ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL NO BRASIL

O futebol é um elemento essencial da cultura brasileira, pois não apenas ajudou (e continua ajudando) na construção de uma identidade brasileira como está presente na vida cotidiana dos habitantes. Ele transcende sua qualidade esportiva de modo que é possível falar em um espaço de representação do futebol brasileiro no qual os atores sócio-espaciais se relacionam e produzem representações sociais.

2.1 O Futebol como Esporte

São muitas as versões sobre a invenção do futebol, mas o discurso oficial, produzido pela Fifa (*Fédération Internationale de Football Association*) – órgão que regula o futebol mundial –, postula que o esporte surgiu na China (“The very earliest form of the game for which there is scientific evidence was an exercise of precisely this skilful technique dating back to the 2nd and 3rd centuries B.C. in China³”). No entanto, foi na Inglaterra, em 1863, que o futebol padronizou suas regras, condição fundamental para se difundir pelo mundo todo.

Em cada país que chegou, o futebol recebeu influências locais. Suas 13⁴ regras originais já padronizadas e difundidas não poderiam ser alteradas de país a país, mas sua prática sim. O antropólogo Luiz Henrique de TOLEDO (2000) fala em três naturezas do futebol. A primeira seria as regras, ou seja, algo padronizado em

³ Site oficial da Fifa

⁴ Desde 1894, a International Board – órgão que estabelece as regras do futebol – reconhece 17 regras. São elas: 1) o campo de jogo; 2) a bola; 3) número de participantes; 4) o equipamento dos jogadores; 5) o árbitro; 6) os árbitros assistentes; 7) a duração da partida; 8) o início e o reinício do jogo; 9) a bola em jogo ou fora de jogo; 10) o gol marcado; 11) o impedimento; 12) faltas e conduta antidesportiva; 13) os tiros livres; 14) o pênalti; 15) o arremesso lateral; 16) o tiro de meta; 17) o tiro de canto (escanteio) (UNZELTE, 2002).

todo o mundo⁵ – atualmente 17. A segunda natureza seria as maneiras de jogar, que, apesar de serem limitadas pelas regras, não são determinadas nem instruídas por estas. Já a terceira natureza se refere às “representações coletivas que consolidam as anunciadas *escolas, jeitos* ou *estilos*” (TOLEDO, 2000, p. 38). A terceira natureza está intimamente ligada com as outras duas e expressa a maneira como cada localidade entende, pratica e vivencia o futebol.

Desta maneira, compreender a segunda e a terceira natureza é fundamental para o estudo do futebol pela Geografia, pois são elas que dizem o que há de diferente no esporte em cada localidade. Em alguns países tais naturezas se consolidaram com mais força, como é o exemplo do Brasil e de outros países onde o futebol é o esporte preferido (Argentina, Itália, Alemanha, Holanda, Inglaterra).

No caso brasileiro, pode-se afirmar que não existe apenas um estilo de se jogar e conceber o futebol. Há a escola carioca, mais cadenciada e romântica; a escola paulista, mais objetiva e racional; a escola gaúcha, que privilegia a raça e a coletividade; entre outras, inclusive, supostamente, uma paranaense, cuja existência e características serão discutidas posteriormente.

O fato do Brasil não possuir apenas um estilo – apesar da Seleção Brasileira ser conhecida por praticar um futebol espetacular, conhecido pela expressão “futebol arte” – mostra que diferenças espaciais e históricas constroem diversas formas de praticar, conceber e vivenciar o futebol. Estas diferenças são criadas, circuladas e modificadas através das representações sociais, que produzem identidades futebolísticas locais que convivem com a identidade futebolística nacional. Esta última se confunde com a identidade nacional. Viver o futebol, no Brasil, se confunde com ser brasileiro. Isto ocorre porque o futebol ocupou (e ocupa) papel fundamental na constituição do sentimento de nação no Brasil.

Segundo a classificação histórica de GIULIANOTTI (2002), o futebol se divide em três períodos: o tradicional, o moderno e o pós-moderno. É fundamental entender a evolução do futebol para compreender como este se tornou o esporte mais praticado e assistido no planeta⁶, bem como uma das maiores manifestações

⁵ Apesar de universais, as regras do futebol podem variar em determinados locais através de permissões da International Board a fim de realizar testes. No Brasil, muitos destes testes já foram e ainda são feitos. O *spray*, usado pelos árbitros brasileiros para marcar a posição da falta e da barreira, não é um recurso previsto nas regras universais do futebol, mas seu uso é permitido em competições brasileiras com a finalidade de testar uma possível mudança (ou adição) nas regras. Outras experiências já foram realizadas, como a utilização de dois juizes dentro do gramado, cobrança de lateral com os pés, entre outras. Mas nenhum destes experimentos funcionou a ponto da International Board modificar as regras.

⁶ Site do Museu dos Esportes.

sociais de massa. Vale lembrar que esta periodização não enfoca o futebol brasileiro, mas o mundial. Desta forma, especificidades locais não são tratadas nesta divisão, o que será feito posteriormente.

O período tradicional se caracteriza pelo “estabelecimento das regras do jogo, sua difusão internacional e a formação de associações internacionais para administrar o esporte, sob a égide das elites dominantes” (GIULIANOTTI, 2002, p. 212). Ele se estende até o final da Primeira Guerra Mundial e é marcado pelo início da construção da segunda e terceira natureza do futebol em diversos países, mas ainda sob grande influência do estilo britânico. Neste período, o espaço de representação do futebol, em diversos países, não havia se constituído por completo, pois havia a necessidade da criação e consolidação de símbolos, mitos, identidades futebolísticas e discursos próprios de cada nação. A influência britânica se dava não apenas no campo das formas de jogar, mas também na questão do vocabulário. Praticamente todos os termos futebolísticos eram da língua inglesa⁷ – atualmente vocábulos britânicos ainda permeia o discurso do futebol brasileiro, mas em menor escala.

O período moderno se divide em três: o início da modernidade, a modernidade intermediária e o fim da modernidade. O início da modernidade compreende o intervalo entre Guerras. É nesta época que o futebol se consolida como o esporte nacional de vários países, através de sua difusão e de seu uso político pelos Estados, sobretudo a fim de produzir identidades nacionais e locais a partir da identidade futebolística. Grandes estádios são construídos e a mídia (jornais, revistas e rádio) descobre o futebol, constituindo novas formas de discurso. O próprio vocabulário futebolístico ganha contornos nacionais, pois vários termos são traduzidos. No entanto, metáforas bélicas⁸ surgem no discurso do futebol (o que perdura até os tempos atuais). Uma mudança fundamental na regra do impedimento provoca alterações nas formas de jogar (como o advento do esquema tático WM⁹).

No período intermediário da modernidade, o esporte ganha força no cenário internacional com a volta da disputa a cada quadriênio da Copa do Mundo, que

⁷ Os termos ingleses predominavam no futebol brasileiro. Alguns deles eram: match (partida), goalkeeper (goleiro), back (zagueiro), corner kick (escanteio), entre outros.

⁸ A influência do período das Guerras é observada no futebol através das metáforas belicistas presentes no discurso, sobretudo da mídia. Algumas delas são: artilheiro (atacante que faz muitos gols), arqueiro (goleiro), barreira, entre outras.

⁹ O estilo WM recebeu este nome porque a distribuição que previa para os jogadores lembrava estas duas letras sobrepostas. Além do goleiro, os jogadores se organizavam em quatro linhas: a primeira continha três defensores; a segunda, dois meio-campistas; a terceira, mais dois jogadores de meio-campo (só que mais avançados); e a última linha, três atacantes. Este sistema substituiu gradativamente o 2-3-5 (dois defensores, três meio-campistas e cinco atacantes).

estava paralisada em decorrência da Segunda Guerra Mundial. Estas competições propiciam a criação de símbolos e mitos nacionais, produzidos através do discurso da mídia. Nas Copas do Mundo se consolidaram os estilos nacionais de jogar (segunda e terceira natureza) – com destaque para o futebol brasileiro, que ganha *status* de melhor do mundo através das vitórias nas Copas de 1958 e 1962, jogando no esquema 4-2-4¹⁰. A televisão começa a transmitir partidas e os grandes jogadores passam a ser reconhecidos internacionalmente, como é o caso de Puskás, Di Stefano e dos brasileiros Garrincha e Pelé, virando mitos do esporte e símbolos nacionais.

No fim da modernidade – de acordo com a divisão de GIULIANOTTI (2000) – uma série de representações sociais é produzida e outra derrubada. O futebol começa a ser encarado como um negócio rentável, principalmente na Europa. Nas Copas do Mundo, os espectadores vêem o Brasil conquistar a taça Jules Rimet¹¹ (FOTO 01), bem como várias inovações táticas, como: o 4-3-3, o 4-4-2, o *catenaccio* e o futebol total holandês¹². A Seleção Brasileira de 1970 se torna um símbolo do “futebol-arte”, sendo tomada até hoje como referência de futebol bem jogado através de representações sociais que circulam nos discursos dos diferentes atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol. Outra seleção nacional desta época que se tornou um mito foi a Holanda de 1974. No entanto, esta simbolizava (e ainda simboliza) o ideal de futebol moderno, veloz e eficiente.

Pelé é aclamado o atleta do século, consolidando o mito em torno dele. Outro mito começa a ser construído sobre o argentino Maradona, que vence a Copa de

¹⁰ Os esquemas táticos são expressos por combinações de números, sempre com soma igual a dez (número de jogadores de linha). O primeiro número indica os defensores, o segundo, os meio-campistas e o terceiro, os atacantes. Desta foram, o esquema 4-2-4 previa quatro zagueiros (dois laterais e dois centrais), dois jogadores de meio-campo e quatro atacantes. Especificamente, no caso das equipes brasileiras de 1958 e 1962, o ponta esquerda Zagalo voltava ao meio-campo, criando uma variação tática no meio do jogo, um 4-3-3.

¹¹ O francês Jules Rimet foi um dos idealizadores de uma competição internacional de futebol, que coroaria um campeão mundial. Em forma de homenagem, o troféu da Copa do Mundo ganhou o nome de Julis Rimet. O primeiro país que conquistasse três campeonatos mundiais ficaria em definitivo com a taça. Ao vencer a Copa de 1970, o Brasil conquistou o troféu, que em 1983 foi roubado da sede da CBF, no Rio de Janeiro.

¹² O esquema 4-3-3 é uma evolução do 4-2-4. Neste esquema, um dos quatro atacantes do 4-2-4 é recuado para desempenhar a função de meio-campista. Já no 4-4-2, um esquema mais defensivo, são formadas duas linhas de quatro jogadores, uma na defesa e outra no meio-campo. Este esquema admite diversas variações, como a utilização dos meio-campistas em forma de quadrado (com dois volantes e dois armadores), em losango (um volante, dois meias laterais e um armador), entre outras. Atualmente, o esquema 4-4-2 é o esquema tático mais utilizado no mundo, juntamente com o 3-5-2 (três zagueiros centrais; cinco meio-campistas, sendo dois deles alas; e dois atacantes), que surgiu no período pós-moderno. O *catenaccio* ou *ferrolho* é um esquema tático defensivo, que utiliza um líbero (zagueiro que fica na sobra, ou seja, não marca individualmente, e, eventualmente, tem liberdade de atacar), posição esta presente em outros sistemas táticos. O futebol total ou carrossel holandês ficou famoso na Copa de 1974, na qual os versáteis jogadores da equipe holandesa não possuíam posição fixa, realizando rotações constantes, confundindo os adversários.

1986 com exibições memoráveis, fazendo inclusive um gol de mão, que é muito polêmico até hoje. No fim da modernidade, uma nova cultura dos torcedores é vista, através da manifestação dos *hooligans*, do *ultràs* e das torcidas organizadas¹³. Estas formas de torcer promovem novas relações sócio-espaciais tanto no interior dos estádios como em seus arredores.

FOTO 01 - BELLINI LEVANTA A TAÇA JULES RIMET, EM 1958



Fonte: Site da Revista Época

O zagueiro Bellini, capitão da Seleção Brasileira de 1958, recebe a Taça Jules Rimet. Não sabendo como se portar no momento, ergue a taça sobre a cabeça para que todos vejam, inventando um gesto que passa a ser repetido por aqueles que recebem as taças, simbolizando a conquista de um campeonato.

O período pós-moderno, que se inicia na década de 1990 e vai até os dias atuais, se caracteriza pela consolidação do futebol como um grande negócio global. Graças a políticas da Fifa, o esporte se expande por países onde era pouco praticado, como alguns países asiáticos, africanos, da Oceania e os Estados Unidos. Percebe-se um grande número de filiações de países à Fifa neste período, atingindo um número de 205 contra 191 afiliados à Organização das Nações Unidas (ONU). A geografia do futebol se modifica consideravelmente. É aumentado o número de seleções nas Copas do Mundo e países sem muita tradição conseguem resultados expressivos, modificando relações de poder. Tais resultados consolidam identidades

¹³ Os *hooligans* são um tipo de torcedores ingleses que se manifestam violenta e obscenamente nas partidas e nos arredores dos estádios, praças, estações de metro, etc. O mau comportamento destes torcedores foi altamente combatido pelas autoridades inglesas através do relatório Taylor, em 1989. Os *ultràs* são torcedores organizados que além de defender as cores de seu clube e de sua própria instituição torcedora, possuem uma linha política bastante definida, geralmente de extrema direita. Estes torcedores são típicos da Itália. Já torcidas organizadas é o nome dado as instituições torcedoras no Brasil. São conhecidas pelo espetáculo torcedor que dão nas arquibancadas e pela violência que exercem dentro e fora dos estádios.

futebolísticas e elevam o futebol a um patamar de esporte nacional e de manifestação sócio-cultural.

Novos investidores se aproximam do futebol e os antigos aumentam seu interesse. A televisão passa a influenciar mais na organização de torneios e nos horários de jogos. “O futebol entra definitivamente na moda” (GIULIANOTTI, 2000, p. 215). As relações de poder entre clubes, federações, confederações, seleções, patrocinadores, televisão, etc se tornam mais complexas e fundamentais. Os torcedores passam a ser encarados como consumidores e jogadores tornam-se celebridades muito bem remuneradas. Novas modificações na regra, avanços tecnológicos e o desenvolvimento da preparação física provocam alterações na segunda e na terceira naturezas do futebol, deixando o jogo mais veloz e disputado fisicamente.

No Brasil, o futebol chegou no final do século XIX trazido por jovens da elite nacional que voltavam de seus estudos na Europa. O marco simbólico do nascimento do futebol no Brasil é a chegada do descendente de britânicos Charles Miller, em 18 de fevereiro de 1894, retornando de seus estudos na Inglaterra, onde inclusive jogou na primeira divisão pelo Southampton. No ano seguinte, Miller teria organizado o primeiro jogo de futebol no país entre os funcionários da Companhia de Gás e da Estrada de Ferro São Paulo Railway. O esporte, que no princípio de sua história era fundamentalmente de elite, se difunde no Brasil entre as classes sociais mais elevadas, sobretudo entre os descendentes europeus e as colônias de imigrantes (HELAL, 1997). Estes compartilhavam de representações sociais acerca do caráter elitista e civilizatório do futebol. Nesta época não havia se constituído uma identidade futebolística brasileira, já que o fato futebolístico, a prática social do futebol e as relações de poder se baseavam no modelo britânico.

O *ethos* amador pautava o futebol no Brasil, obedecendo a uma tendência mundial. O esporte era praticado por membros de classes sociais abastadas que viam no futebol uma conotação civilizatória. Estes não necessitavam nem exigiam remuneração para praticar o esporte. Isto se tornou também um artifício de manter os mais pobres longe do fato futebolístico e da prática social do futebol. Porém, o esporte começou a ser apropriado pelas classes sociais mais baixas, que lhe conferiram diferentes significados sociais, bem como uma conotação lúdica de sua prática. Através de representações sociais, começa a surgir uma identidade futebolística brasileira, bem como os primeiros símbolos, mitos e valores do futebol na sociedade brasileira.

O fato futebolístico ganhou uma nova configuração geográfica. Os campos de terra batida, geralmente localizado em várzeas passaram a conviver com os campos “oficiais” dos clubes, freqüentados pelos mais abastados. Com o ingresso das camadas mais baixas da sociedade no futebol e com o destaque de jogadores advindos destas classes, o futebol brasileiro passou por mudanças não apenas no sentido de significados simbólicos atribuídos, mas também por modificações estruturais. A organização amadora começou a ser forjada pelo “profissionalismo marrom”. Neste, os clubes remuneravam ilegalmente alguns atletas em troca de seu serviço como jogadores. Esta questão só foi “resolvida” com o advento do profissionalismo no futebol brasileiro, em 1933.

Nos anos 1920 e no início dos anos 30, o futebol brasileiro passava por uma crise estrutural: o conflito entre *ethos* futebolísticos antagônicos, o profissionalismo e o amadorismo. O vigente regime amador desagradava alguns clubes, os quais acabaram rompendo com as ligas organizadoras dos campeonatos. Outro problema era que o profissionalismo já havia se consolidado na Itália e posteriormente na Argentina e no Uruguai – países que viraram o destino de vários jogadores brasileiros que não poderiam ser remunerados aqui. Desta maneira, era necessário instalar o regime profissional no Brasil para procurar resolver estes problemas, como aponta HELAL (1997, p. 50): “o profissionalismo foi a solução encontrada para resolver a crise do futebol brasileiro nos anos 20, marcada pelo êxodo dos melhores jogadores para o exterior”.

A profissionalização do futebol brasileiro permitiu que a seleção nacional se destacasse internacionalmente na Copa de 1938 e que o país sediasse uma Copa do Mundo, em 1950. Neste campeonato mundial, a Seleção Brasileira apresentaria uma inovação tática, a diagonal brasileira¹⁴, que foi ofuscada pela inesperada derrota na final para o Uruguai, dentro do maior palco de futebol já construído, o Maracanã, que abrigava 200 mil pessoas no dia deste episódio (FOTO 02). As conotações patrióticas emprestadas à possível conquista da Copa do Mundo aumentaram o drama da derrota. Não era apenas a Seleção que perdia um jogo, mas sim um país que deixava passar a oportunidade de se afirmar: “a derrota, aceitável no terreno esportivo, no qual reza o lema de que o importante é competir, torna-se amarga demais quando um jogo é confundido com patriotismo” (MOURA, 1998, p. 124). Porém, Flávio Costa, o técnico da Seleção Brasileira de 1950, aponta

¹⁴ A diagonal brasileira, atribuída a Flávio Costa, é uma variação do WM. Neste esquema tático os jogadores de meio-campo formavam um desenho de um losango ao contrário do WM, no qual os meio-campistas se dispunham no gramado em forma de quadrado.

este episódio como o nascimento simbólico do Brasil para o mundo do futebol: “O dia 16 de julho de 1950 ficou marcado no calendário brasileiro como o Dia da Derrota. Mas o tempo se encarregou de mostrar que, nesse dia, o Brasil nasceu para o mundo como expressão do futebol mundial” (COSTA *apud* PERDIGÃO, 1986, p. 13).

O episódio do Maracanã se tornou uma espécie de mito fundador da tradição futebolística brasileira. Representações sociais sobre o fracasso brasileiro são elaboradas e circulam até hoje, tamanho significado do fato. O trauma foi tão grande que a Confederação Brasileira de Desportos (CBD) resolveu modificar um dos símbolos da Seleção: seu uniforme. A camisa, o calção e os meiões brancos com detalhes azuis foram abolidos e através de um concurso foi criado o novo uniforme, que se tornaria um dos maiores símbolos do futebol brasileiro e mundial. Os meiões permaneceram brancos, o calção ganhou a cor azul e a camisa se tornou amarela, dando origem ao apelido de “seleção canarinho”.

Lembranças do episódio – conhecido como *Maracanazo* – ganham força a cada derrota da Seleção. A perda do título mundial em pleno território nacional fez com que cada Copa do Mundo se tornasse uma oportunidade (quase um dever) da Seleção, ou melhor, do Brasil se mostrar capaz para o mundo.

FOTO 02 - O MARACANÃ



Fonte: Site oficial da Fifa (Direitos reservados: Popperfoto)

O governo brasileiro constrói o maior estádio do mundo para sediar a Copa de 1950. Mesmo com o estádio lotado, a Seleção Brasileira acabar sendo derrotada pelo Uruguai e perde a chance de ser campeã mundial de futebol.

A redenção – apesar de que nem as vitórias conseguiram apagar o *Maracanazo* da memória dos brasileiros – veio oito anos depois. A Seleção Brasileira finalmente vence sua primeira Copa do Mundo, na Suécia, consolidando mundialmente o estilo brasileiro de jogar futebol. Curiosamente, o jogo que marca o primeiro título mundial não foi disputado com as camisas amarelas e calções azuis, mas sim com um outro uniforme. A circunstância fez com que surgisse outro símbolo do futebol brasileiro, o uniforme reserva. A anfitriã Suécia, adversária da Seleção na final da Copa, jogava com um uniforme igual ao brasileiro. Houve a necessidade de improvisar. As camisas azuis, inspiradas no manto de Nossa Senhora de Aparecida, combinadas com os calções brancos compunham o traje com o qual o Brasil ganhou sua primeira final de Copa.

A seleção de 1958, como a de 1962 – que conquistaria o bicampeonato mundial no Chile – jogava no estilo 4-2-4, de maneira muito ofensiva. Porém, a equipe não se destacava apenas pelo seu esquema tático, mas principalmente pela individualidade de seus jogadores, aclamados como craques, como é o caso de Pelé, Didi, Nilton Santos e Garrincha (FOTO 03).

FOTO 03 - GARRINCHA



Fonte: Site oficial da Fifa (Direitos reservados: Popperfoto).

Garrincha driblando um marcador na Copa de 1958. O ponta direita tornou-se um símbolo do futebol-arte. Simbolizava o malandro dentro de campo, imprevisível e aparentemente irresponsável. No entanto, Garrincha perdeu apenas um jogo com a camisa da seleção, na Copa de 1966 contra a Hungria.

Aliás, a individualidade sempre foi extremamente valorizada em campos nacionais, ao contrário do que aconteciam em outros países onde se praticava e se

defendia um futebol coletivizado. TOLEDO (2000) encontra a explicação desta valorização na interpretação que era feita no Brasil da atual regra 12, que dispõe sobre as infrações e indisciplinas. Esta regra limitava o uso do tranco ou esbarrão, conhecido popularmente como *charge* (até os anos 40) ou jogo de corpo (atualmente).

As regras eram difundidas no Brasil através de manuais e da imprensa esportiva, sendo passíveis de diferentes interpretações. Nos campos brasileiros o uso do jogo de corpo era combatido, sendo que qualquer esbarrão significava falta. Desta maneira, os jogadores mais habilidosos ficavam mais com a bola e arriscavam dribles, ao contrário do que acontecia em países europeus, onde o jogo de corpo era tido como normal, sendo necessário tocar mais a bola. Esta interpretação, aliada com o caráter inventivo¹⁵ de alguns jogadores propiciou a criação de um estilo de jogar, compreender e vivenciar o futebol especificamente brasileiro: “isso colocava em confronto, mais do que leituras discordantes, maneiras e concepções de vivenciar e perceber, num universo sensível, o jogo” (TOLEDO, 2000, p. 29). Observa-se neste caso a relação entre as três naturezas do futebol, em que uma interpretação da primeira gera representações sociais, propiciando a criação de uma terceira natureza tipicamente brasileira.

O estilo de jogo brasileiro, conhecido internacionalmente como “futebol-arte” chega a seu ápice na Copa do Mundo de 1970, com a conquista do tricampeonato mundial. Após o fracasso de 1966, quando o Brasil foi desclassificado na primeira fase, reflexo da má preparação para a Copa – chegaram a ser convocados quatro times diferentes a fim de definir os 22 jogadores que embarcariam para a Inglaterra – a seleção canarinho vence a Copa no México sob os olhos do mundo inteiro, que acompanhava pela transmissão do campeonato pela televisão¹⁶. Esta foi um poderoso instrumento de difusão e popularização do futebol e, conseqüentemente, da Seleção Brasileira. A possibilidade de assistir uma Copa do Mundo pela televisão foi fundamental para uma mudança da relação dos torcedores com o fato

¹⁵ Os jogadores brasileiros adicionaram outros elementos da cultura nacional na prática futebolística, bem como a ginga, a capoeira, a malandragem e passos de danças, como o samba, a fim de confundir, driblar e se esquivar dos seus adversários. Esta esquiva não era apenas física, mas simbólica social, como pode ser percebido no depoimento de Domingos da Guia, jogador brasileiro da Copa de 1938: “Ainda garoto eu tinha medo de jogar futebol, porque vi muitas vezes jogador negro, lá em Bangu, apanhar em campo, só porque fazia uma falta, nem isso às vezes (...) meu irmão mais velho me dizia: malandro é o gato, que sempre cai de pé (...) tu não é bom de baile? Eu era bom de baile mesmo e isso me ajudou em campo (...) gingava muito (...) sabe que eu me lembrava deles (...) o tal do drible curto eu inventei imitando o miudinho, aquele tipo de samba (...)” (TOLEDO, 2000, p. 33-34).

¹⁶ A Copa do Mundo foi transmitida ao vivo pela primeira vez em 1966, porém o foi apenas para um número reduzido de países, ao contrário da Copa de 1970.

futebolístico à distância. As representações sociais passam a ser construídas através não apenas do que o indivíduo ouviu falar, mas também do que ele próprio viu apesar de não estar lá.

Desta maneira, a construção de símbolos e mitos, bem como a formulação de discursos, passam a ser fundamentadas em imagens. A Seleção de 1970, através de representações sociais construídas não somente no Brasil, passa a ser considerada um símbolo do futebol-arte. Com a conquista, Pelé vira definitivamente uma celebridade global e um símbolo do futebol brasileiro e mundial (FOTO 04).

FOTO 04 - PELÉ



Fonte: Site oficial da Fifa (Direitos reservados: Popperfoto).
Pelé é carregado pela multidão, no Estádio Azteca, depois de vencer a Copa de 1970 no México. Considerado o rei do futebol, Pelé conquistava sua terceira Copa.

Ao vencer o tricampeonato mundial, o Brasil recebeu em definitivo a Taça Jules Rimet. A CBD passou a usar três estrelas verdes sobre seu distintivo, simbolizando a conquista. A partir de então, começou a tradição de se adicionar uma estrela a cada título mundial. Na Copa de 1982, já com o nome de Confederação Brasileira de Futebol (CBF), a instituição que controla o futebol nacional promoveu uma mudança radical no distintivo utilizado na camisa da seleção. O novo brasão homenageava a conquista do tricampeonato, trazendo a sigla “CBF” e a Taça Jules Rimet. No entanto, os fracassos nas Copas de 1982, 1986 e 1990 provocaram a

criação de uma série de representações sociais acerca das derrotas. Uma delas era que o novo distintivo da CBF dava azar à Seleção e que era necessário que o antigo voltasse a ser usado. A tentativa da construção de um novo símbolo foi frustrada e, coincidentemente, em 1994, a Seleção vence a primeira Copa do Mundo em que tornava a ter no peito o antigo distintivo.

A trajetória da Seleção nestes 24 anos sem conseguir conquistar a Copa (QUADRO 01) revelou momentos de “futebol arte” e momentos de “futebol de resultado”. Em 1974, comando ainda por Zagallo – técnico campeão em 70 – o Brasil é derrotado pela Holanda (seleção que imortalizou o “futebol total”, conhecido também como “carrossel holandês”). Cláudio Coutinho implementa o “futebol científico” (a preparação física e as estatísticas são utilizadas como o norte do trabalho) na Seleção, que mesmo invicta não conquista a Copa de 1978. Depois do insucesso na Copa de 78, Telê Santana tenta retomar o futebol-arte em 1982 e 1986. A Seleção Brasileira volta a encantar, porém os resultados não vêm. Em 1990, o Brasil faz má campanha e em 1991, ao assumir a Seleção, Carlos Alberto Parreira se propõe a jogar o “futebol de resultado” em detrimento ao futebol-arte. Com uma equipe disciplinada taticamente, que valorizava a coletividade e a defesa, a Seleção vence a Copa de 1994 depois de 24 anos, no entanto Parreira é criticado (no discurso produzido pela mídia e pelos torcedores) por não jogar à brasileira.

QUADRO 01- COPAS DO MUNDO

ANO	SEDE	CAMPEÃO	VICE	TERCEIRO	QUARTO	CLASS. DO BRASIL
1930	Uruguai	Uruguai	Argentina	Estados Unidos	Iugoslávia	6º
1934	Itália	Itália	Tchecoslováquia	Alemanha Oc.	Áustria	14º
1938	França	Itália	Hungria	Brasil	Suécia	3º
1950	Brasil	Uruguai	Brasil	Suécia	Espanha	2º
1954	Suíça	Alemanha Oc.	Hungria	Áustria	Uruguai	6º
1958	Suécia	Brasil	Suécia	França	Alemanha Oc.	1º
1962	Chile	Brasil	Tchecoslováquia	Chile	Iugoslávia	1º
1966	Inglaterra	Inglaterra	Alemanha Oc.	Portugal	União Soviética	11º
1970	México	Brasil	Itália	Alemanha Oc.	Uruguai	1º
1974	Alemanha Oc.	Alemanha Oc.	Países Baixos	Polônia	Brasil	4º
1978	Argentina	Argentina	Países Baixos	Brasil	Itália	3º
1982	Espanha	Itália	Alemanha Oc.	Polônia	França	5º
1986	México	Argentina	Alemanha Oc.	França	Bélgica	5º
1990	Itália	Alemanha Oc.	Argentina	Itália	Inglaterra	9º
1994	Estados Unidos	Brasil	Itália	Suécia	Bulgária	1º
1998	França	França	Brasil	Croácia	Países Baixos	2º
2002	Japão e Coreia do Sul	Brasil	Alemanha	Turquia	Coreia do Sul	1º

Fonte: Adaptado do Site oficial da Fifa

Mudanças nas regras – como na do impedimento¹⁷ – e evoluções na preparação física provocam mudanças estéticas e conceituais no futebol. Os esquemas táticos prevalecem à individualidade, que, apesar de ainda fundamental, perde espaço. A Seleção de 1994 é uma prova deste processo. Representações sociais sobre a conquista de 1994 demonstram uma mistura de alegria com descontentamento, pois Parreira teria simbolicamente traído o futebol brasileiro, pois não jogou “pra frente” (ofensivamente).

A vitória em 1994, mesmo que criticada, recoloca o Brasil no rumo das finais de Copas e eleva a auto-estima dos torcedores não apenas em relação ao futebol, mas também em relação ao país.

Em 1998, favorita ao título, a Seleção Brasileira perde a final para a anfitriã França (FOTO 05) e discussões sobre o futebol como negócio ganham força no país, principalmente com o caso Ronaldo e as supostas intervenções da Nike, fornecedora de material esportivo para a Seleção. Em 1996, a Nike assinara um contrato milionário de 10 anos com a CBF, a fim de explorar a força da marca da Seleção Brasileira no mercado do futebol. A fornecedora de material esportivo também tinha como seu contratado o atacante Ronaldo, uma espécie de garoto-propaganda da marca. Supostamente, a empresa multinacional teria forçado a escalação de Ronaldo na final da Copa do Mundo, mesmo após este ter sofrido convulsões, como expõe BELLOS (2003, p. 278): “pode soar absurdo – por que a Nike arriscaria a vida de seu garoto-propaganda? – mas foi a teoria conspiratória que pegou”.

Logo após a Copa foi feito um pedido de abertura de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para investigar o episódio da final da Copa, bem como a ligação da Nike com a CBF. Apenas em 2001, fomentado pelos escândalos envolvendo Vanderlei Luxemburgo e Renata Alves, o pedido da CPI para a investigação do futebol brasileiro foi aceito. Instala-se, assim, uma crise no futebol brasileiro. As instituições futebolísticas perdem credibilidade perante a sociedade, gerando representações sociais desfavoráveis à organização do futebol brasileiro. O seu maior símbolo, a Seleção, passa a ser desacreditado tanto no plano esportivo quanto no plano organizacional pelos torcedores. É nesta situação que a Seleção Brasileira chega na Copa de 2002.

¹⁷ A modificação da regra do impedimento, em 1991, diz que não está mais impedido o jogador que estiver na mesma linha (paralelamente à linha de fundo) do penúltimo defensor do time adversário.

FOTO 05 - BRASIL VICE-CAMPEÃO, NA FRANÇA



Fonte: Site oficial da Fifa (Direitos reservados: FIFAWorldcup.com).

A derrota da favorita equipe brasileira demonstra a infalibilidade de Ronaldo, o grande ídolo brasileiro. A foto, do choque entre Ronaldo e o goleiro Barthez, demonstra o momento que simboliza a queda do atacante brasileiro, que pouco produziu na partida final. Ronaldo foi escalado por Zagalo mesmo depois de ter convulsões momentos antes da partida final. O fato levantou suspeitas de intervenções da Nike na Seleção Brasileira (Ronaldo era jogador da Nike), mas nada foi comprovado na CPI do futebol.

Depois de dois anos afastado do futebol devido a lesões no joelho, Ronaldo embarca para a Copa do Mundo na Ásia. Ele que já fora um fenômeno global, não apenas como um atleta, mas como uma personalidade, estava desacreditado e as previsões indicavam que este teria um papel secundário na competição, assim como a Seleção Brasileira, que se classificou para a Copa apenas na última rodada das eliminatórias sul-americanas. A reportagem "Palpite Infeliz" do site da Revista Época¹⁸, de 2002, fala sobre as equivocadas previsões sobre o Brasil e Ronaldo na Copa. Eis algumas citações contidas na reportagem: "O problema do Ronaldo é mais psicológico do que físico" (Pelé); "Infelizmente, Ronaldo vai ser um jogador comum, porque não terá mais aquele arranque, a explosão e a velocidade que sempre o caracterizaram" (Moisés Cohen, ortopedista); "Na América do Sul, hoje, só a Venezuela é inferior ao Brasil – e olhe lá" (Sócrates, ex-jogador da Seleção); "O futebol brasileiro está decadente" (Patrick Vieira, jogador da França). Porém, o time

¹⁸ Site da Revista Época

brasileiro prova que as previsões estavam equivocadas e conquista o pentacampeonato, tendo Ronaldo como um de seus maiores destaques. A Seleção supera a desconfiança perante aos brasileiros, gerada em 1998, e expande sua marca para o mercado asiático. O processo de transformação do futebol em um negócio (além de esporte) se consolida. Ronaldo volta a ser uma celebridade mundial, retratando uma tendência global. Ele se transfere para o Real Madrid (FOTO 06), um dos maiores símbolos da rentabilidade do futebol, onde atualmente atua juntamente com várias estrelas não apenas do esporte, mas da mídia também, como o caso de Zinedine Zidane e, principalmente, de David Beckham, o jogador que mais lucra anualmente (QUADRO 02)

FOTO 06 - OS "GALÁCTICOS" DO REAL MADRID



Fonte: Spiegel On Line (Direitos reservados: DPA).

O Real Madrid reúne algumas das maiores estrelas do futebol mundial. O time espanhol simboliza a consolidação do futebol como um negócio lucrativo. A política do Real Madrid em investir na contratação de estrelas do futebol mundial, que começou em 2000, fez com que seus jogadores ficassem conhecidos como os "galácticos". Beckham, Ronaldo e Zidane (foto) encabeçam, respectivamente, a lista de jogadores que mais lucraram na temporada de 2004 (considerando-se salários e outras atividades), repetindo o feito do ano anterior. Além dos três, o Real Madrid tinha nesta temporada mais dois outros jogadores (Raúl, em 7º, e Figo, em 10º) entre os dez jogadores que mais lucraram na temporada.

QUADRO 02 - JOGADORES COM MAIOR FATURAMENTO EM 2004

CLASS.	JOGADOR	NACIONALIDADE	CLUBE	FATURAMENTO (EM MILHÕES DE EUROS)	FATURAMENTO (EM MILHÕES DE REAIS)
1	David Beckham	Inglês	Real Madrid-ESP	25	80,7
2	Ronaldo	Brasileiro	Real Madrid-ESP	19,6	63,3
3	Zinedine Zidane	Francês	Real Madrid-ESP	13	42
4	Christian Vieri	Italiano	Internazionale-ITA	12	38,8
5	Alessandro del Piero	Italiano	Juventus-ITA	9,5	30,7
6	Frank Lampard	Inglês	Chelsea-ING	9,4	30,3
7	Raúl González	Espanhol	Real Madrid-ESP	9,3	30
8	Thierry Henry	Francês	Arsenal-ING	9,2	29,7
9	John Terry	Inglês	Chelsea-ING	8,6	27,8

10	Luis Figo	Português	Real Madrid-ESP	8,5	27,5
11	Ruud van Nistelrooy	Holandês	Manchester United-ING	8,46	27,3
12	Ronaldinho	Brasileiro	Barcelona-ESP	8,2	26,5
13	Oliver Kahn	Alemão	Bayern de Munique-ALE	8,095	26,2
14	Roy Keane	Irlandês	Manchester United-ING	7,92	25,7
15	Patrick Vieira	Francês	Arsenal-ING	7,8	25,2
16	Michael Owen	Inglês	Real Madrid-ESP	7,5	24,3
17	Francesco Totti	Italiano	Roma-ITA	7,4	23,9
18	Sol Campbell	Inglês	Arsenal-ING	7,3	23,6
19	Michael Ballack	Alemão	Bayern de Munique-ALE	6,83	22,1
20	Rio Ferdinand	Inglês	Manchester United-ING	6,42	20,7

Fonte: Adaptado do Site do Terra

Nota: Os dados desta tabela foram divulgados pela revista francesa France Football, em maio de 2005.

2.1.1 O Futebol como Negócio

Os anos 1990 marcam a consolidação *ethos* futebolístico que já vinha ganhando força desde os anos 1970, a visão do futebol como um negócio administrado profissionalmente. Esta nova gestão do futebol teve origem na Europa e lá se tornou bastante difundida devido aos resultados que proporcionou. O futebol encarado como um esporte, mas também como um espetáculo da indústria do entretenimento é uma realidade em vários países europeus, como na Inglaterra, Espanha, Itália, Alemanha, entre outros.

Porém esta não é ainda a realidade vivida no esporte brasileiro. A profissionalização da administração do futebol brasileiro é tardia e muito pontual. HELAL (1997) chama o fenômeno da convivência do profissionalismo (por parte de jogadores, técnicos, comissão técnica) com o amadorismo (principalmente dos dirigentes) no Brasil como “o paradoxo da ética dupla”. Alega ser este fenômeno prejudicial ao futebol brasileiro, pois a defasagem organizacional impede que ele (em nível clubístico) seja uma potência:

A gerência do futebol no Brasil, baseada no amadorismo dos dirigentes, em interesses políticos e em uma legislação que, até pouco tempo, impedia a autonomia dos grandes clubes, não acompanhou o ritmo das mudanças ocorridas nas últimas décadas na Europa. Isso fez com que a nossa estrutura de organização futebolística ficasse em séria desvantagem com relação aos clubes europeus, estimulando o êxodo de craques e a queda de público (HELAL, 1997, p. 41).

O entendimento do futebol como um negócio, além de suas dimensões esportivas e sócio-culturais, esbarra em diversas representações sociais e na própria estrutura do espaço de representação do futebol no Brasil. Para a consolidação

deste modelo “profissional” seriam necessárias modificações nas próprias relações do futebol brasileiro, principalmente no que diz respeito aos reinos da política institucional, da paixão/afetividade e do *ethos* futebolístico.

As práticas políticas no futebol brasileiro estão muito ligadas às questões afetivas e às trocas de favores. É comum que os clubes e demais instituições futebolísticas não sejam dirigidas de forma profissional, transparente e racional. A paixão clubística e a falta de visão do futebol brasileiro como um todo – dirigentes procuram tirar vantagens próprias de sua posição – fazem com que a organização do futebol nacional esteja defasada.

No entanto, algumas poucas iniciativas de administração profissional indicam o caminho e alimentam a esperança de desenvolvimento gerencial no futebol brasileiro. Algumas das principais iniciativas para esta mudança de mentalidade se dão no campo legal. A Lei Zico (8.672/93) foi criada com o intuito de permitir que os clubes virem empresas. Desta forma, possibilita, mas não obriga, uma mudança estrutural de clube social para clube-empresa, o que significa, para AIDAR E LEONCINE (2002), uma mudança de gestão amadora para gestão profissional.

Outro projeto de lei aprovado pelo Congresso foi o de Pelé (9.615/98), então ministro dos esportes, promulgando a Lei Zico. Todavia, a Lei Pelé seguia a mesma linha do projeto de Zico: a de profissionalizar o futebol brasileiro (o esporte em geral), modificando as relações entre os atores sócio-espaciais e regulamentando as ações da iniciativa privada no esporte. O projeto original de Pelé previa a obrigatoriedade de adaptação do clube profissional ao regime empresarial, no entanto uma série de discussões promoveu modificações na redação e, em 2000, foi aprovada a Lei nº 9.981 que altera uma série de dispositivos da lei Pelé, entre as mudanças está a facultatividade do clube se tornar empresa.

Porém a grande modificação promovida pela Lei Pelé foi a extinção do “passe”. Este era, segundo o artigo 11º da Lei 6.354/76, que regulava a profissão de atleta profissional de futebol (conhecida popularmente como “Lei do Passe”): “entende-se por passe a importância devida por um empregador a outro, pela cessão do atleta durante a vigência do contrato ou depois de seu término, observadas as normas desportivas pertinentes”. De acordo com o artigo 28 da Lei Pelé, se aplicam as normas gerais da lei trabalhista aos atletas profissionais (salvo especificidades da lei ou do contrato). Sendo assim, o contrato firmado entre atleta e entidade tem natureza acessória ao vínculo empregatício, se dissolvendo ao seu término. No caso de rescisão na vigência do contrato, cabe uma multa. Desta

maneira, a relação jogador-clubes é sensivelmente modificada, ficando o jogador mais livre para escolher seu local de trabalho. Há então a necessidade do clube se profissionalizar para realizar bons contratos, manter seus bons jogadores em seu quadro, atrair outros e saber negociar com outros clubes, com jogadores e com empresários.

No entanto, a extinção do passe é apontada como prejudicial por alguns dirigentes, pois acabam com a principal fonte de receita dos clubes brasileiros e os deixam à mercê do mercado mundial, principalmente europeu, como afirma Antonio Roque Citadini, dirigente do Corinthians: “Já os clubes, com a Lei Pelé, perderam as receitas do passe e seus maiores ativos e nada ganharam em troca¹⁹”. O que ocorre é que na Europa também não existe o passe e há uma livre circulação de jogadores com passaporte da União Européia, além de um determinado número de vagas²⁰ para jogadores não-comunitários (fora da União Européia). Estas modificações legais na Europa ocorreram em 1990, desencadeadas pelo caso Bosman. Este era um jogador belga que queria trocar o clube que atuava, o Liège da Bélgica, para um time da segunda divisão da França, o Dunquerc, em 1990. No entanto, o clube de Jean-Marc Bosman não concordou em ceder seu passe para o clube francês alegando não ter garantia do recebimento do valor devido. O jogador, então, entrou com uma ação na corte européia de Justiça, em Luxemburgo, a fim de conseguir a liberação de seu passe. A causa foi ganha, em dezembro de 1995, com base no acordo que estipula a livre circulação de trabalhadores dentro da comunidade européia. Assim, foi criada uma jurisprudência que acabou com o passe na Europa. Deste modo, uma vez que um jogador brasileiro consiga um passaporte europeu – alegando descendência – ele pode atuar por qualquer clube da União Européia sem ser considerado estrangeiro.

Todavia, os jogadores brasileiros já se transferiam para a Europa antes da Lei Bosman e da Lei Pelé, porém em menor escala. Há alguns fatores importantes para este êxodo. O primeiro é financeiro. Os salários e prêmios na Europa são geralmente mais altos daqueles pagos no Brasil. Além disso, a diferença do valor da moeda permite que as remunerações sejam mais significativas e que os clubes europeus apresentem um montante de dinheiro suficiente para pagar as multas contratuais dos jogadores que atuam no Brasil. Outro fator importante é que o futebol europeu (nos países tradicionais) é, em geral, mais organizado do que o

¹⁹ Site de Antonio Roque Citadini

²⁰ O número de vagas varia de país para país. Por exemplo, na Espanha são permitidos apenas três jogadores “não comunitários”.

nacional. O calendário é menos desgastante, os estádios e campos apresentam melhores condições, o nível técnico dos campeonatos é mais elevado e os campeonatos europeus tem maior visibilidade (o que possibilita futuras transferências e/ou convocações para a Seleção). Isto fica claro na declaração do técnico da Seleção Brasileira, Carlos Alberto Parreira, ao falar das vantagens que Robinho, então atacante do Santos, teria em uma possível transferência para a Europa:

Quando me perguntam se ele deve sair, eu sempre respondo: é bom para o Robinho e péssimo para o futebol brasileiro. É bom porque ele vai estar num grande futebol, organizado, com dinheiro, vai aprender a marcar, mas não perderá as características do futebol brasileiro. Para o mercado interno é ruim, pois o torcedor vai para os estádios ver craques, como Robinho, Diego, Elano. Qualquer jogador quando vai, volta um outro homem, mais disciplinado, mais qualificado.²¹

As modificações legais e a consolidação de um mercado global do futebol exigem uma mudança gerencial nos clubes brasileiros. No entanto, este movimento é muito lento e encontra muita resistência por parte dos cartolas, que insistem em manter uma mentalidade amadora na administração do futebol, como afirma José Luiz Portella, ex-secretário do Ministério do Esporte: “Há uma resistência generalizada dos atuais dirigentes, mesmo dos bons. Muitos preferem manter a gestão amadora porque não querem prestar contas. Em uma empresa, o dirigente teria de se reportar a um conselho de administração, e eles não querem isso²²”.

O discurso dos dirigentes, de que as modificações legais no campo futebolístico prejudicaram os clubes, omite uma questão fundamental: a má administração do futebol brasileiro não é decorrente das leis mais recentes, mas sim uma tradição de décadas. Este discurso, em contra partida ao da maioria da mídia – de que é necessária uma mudança de mentalidade daqueles que administram o futebol – gera uma série de representações sociais acerca do tema. Nas conversas entre torcedores, as representações sociais de que é preciso uma modificação no jeito que o futebol é conduzido no Brasil (o que inclui mudanças de mentalidade e estruturais) ganham força quando os resultados de seus clubes ou da Seleção Brasileira não condizem com as expectativas. Já quando as vitórias e conquistas aparecem, a tendência é que estas representações sociais percam força nas

²¹ Site do Terra

²² Revista Época, 14/02/2005, p. 41.

conversas. Deste modo, os resultados dentro de campo têm uma importante relação com o reino da política institucional.

Todavia, a maioria dos grandes clubes brasileiros é deficitária e não apresenta balanço anual. São poucos os clubes-empresa no país e o modelo amador, de organização de clube social, ainda impera. Tais fatores prejudicam a imagem do futebol nacional, gerando representações sociais desfavoráveis à organização vigente. Enxergar o futebol como um produto inserido na indústria do entretenimento, além de um esporte e de uma manifestação sócio-cultural, é um passo fundamental para a modificação da imagem do futebol brasileiro, segundo BRUNORO e AFIF (1997, p. 21): “o futebol precisa ser tratado como produto que está a venda e, como tal, deve atender às preferências do consumidor, cuidar da qualidade e da imagem”.

A profissionalização do futebol aparece, então, como a solução para a crise que HELAL (1997) aponta no futebol brasileiro. No entanto, a dimensão esportiva, cultural e social não pode ser deixada de lado, procurando conciliar todas estas com a perspectiva do futebol como um negócio. Caso o contrário, este perderia sua essência e apelo popular.

Muitas são as discussões sobre a “elitização” do futebol – o termo é utilizado pejorativamente no Brasil para se referir à modernização²³ que prevê maiores custos para os torcedores. Este movimento começou na Europa, mais especificamente na Inglaterra, a fim de diminuir os altos índices de violência apresentados, bem como melhorar a qualidade do espetáculo futebolístico. Para tal foram reformados todos os estádios (retirada das grades, instalação de cadeiras, estabelecimento de lugares marcados, maior fiscalização no interior e nos arredores dos estádios, entre outras medidas) e melhoradas as condições de trabalho para os jogadores (melhoria dos gramados, racionalização do calendário, criação de ligas, etc.). Deste modo, investimentos em infra-estrutura, desencadeados pela mudança de mentalidade dos dirigentes, fizeram com que o futebol se tornasse mais lucrativo e conseqüentemente com um nível técnico mais elevado, pois o retorno dos investimentos proporcionou a contratação de vários jogadores de outros países. No entanto, os clubes perceberam que deveriam equilibrar suas despesas com suas receitas, aumentando o preço dos ingressos (o que não diminuiu o público, pois o espetáculo valia o preço) e buscando outras fontes como os patrocinadores (os

²³ A palavra modernização, neste contexto, não se refere à classificação histórica de Giulianotti, mas sim a um processo de mudança de mentalidade no futebol.

clubes organizados tem maior facilidade de negociar e exigir quantias maiores), contratos de televisão (negociados pela liga), venda de produtos, licenciamento da marca, entre outros.

O modelo implantado na Inglaterra apresenta resistências no Brasil, principalmente no que se refere ao aumento do preço dos ingressos. Circulam representações sociais que este aumento traria diminuição do público, pois não permitiria o acesso do espetáculo às camadas com menor poder aquisitivo. No entanto, já há muitos anos a média de público dos Campeonatos Brasileiros não é alta (dificilmente se lota os estádios e número de lugares ociosos é muito grande) e não compete aos clubes criar possibilidades para que todos tenham acesso ao futebol.

No entanto, algumas medidas como a melhoria das instalações dos estádios, maior fiscalização dentro dos estádios, entre outras, estão previstas no Estatuto do Torcedor, lei federal nº 10.671/2003. Como afirma artigo 1º, “este Estatuto estabelece normas de proteção e defesa do torcedor”. Estes direitos do torcedor interferem diretamente nos deveres dos clubes, que tem por obrigação modernizar seus estádios, oferecer alguns serviços para os torcedores, entre outros. Portanto, o Estatuto do Torcedor aponta para o caminho da modernização do futebol e estimula uma melhor gestão dos clubes.

Tais modificações, que se deram principalmente no campo legal, não são suficientes para a consolidação do *ethos* da administração profissional do futebol brasileiro. É necessário o fortalecimento das representações sociais sobre este assunto a fim de provocar uma mudança de mentalidade nos dirigentes, bem como em quaisquer outros indivíduos que se relacionam com o futebol. As relações de poder entre os diferentes atores sócio-espaciais do futebol são fundamentais para tal.

2.1.2 Os Campeonatos no Brasil

No ano seguinte da conquista do tricampeonato mundial, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) organiza o primeiro Campeonato Brasileiro. Este surgiu tardiamente – foi o último país tradicional do futebol a organizar um campeonato nacional – pelas questões apontadas por UNZELTE:

Um país de dimensões continentais, em que as grandes distâncias só passaram a ser cobertas com maior facilidade depois do desenvolvimento

de sistemas de transporte e de comunicação. Uma origem regional, em que o futebol era jogado e as rivalidades, alimentadas entre clubes do próprio estado, quando muito entre seleções dos estados mais próximos. Juntem-se esses fatores e fica mais fácil entender por que a idéia de um verdadeiro campeonato nacional de clubes, embora antiga, só vingou oficialmente a partir de 1971 (UNZELTE, 2002, p. 419-420).

As palavras de UNZELTE são pertinentes, principalmente aquelas ligadas à tradição regional que o futebol brasileiro possuía e ainda possui – alimentada pela disputa dos campeonatos estaduais. Realmente, as condições de comunicação e transporte em todo Brasil não eram as ideais, o que acabavam dificultando a realização de um campeonato brasileiro, mas não impossibilitavam. Havia outros problemas, como a desorganização das federações e da CBD, Confederação Brasileira de Desportos (somente a partir de 1979, a entidade muda de nome para Confederação Brasileira de Futebol – CBF), e o domínio cultural exercido por Rio de Janeiro e de São Paulo, não dando a devida importância ao que acontecia nos gramados dos outros estados.

Foi a partir de uma iniciativa de clubes cariocas e paulistas que se realizou o primeiro campeonato interestadual no Brasil²⁴, em 1933. O Tornei Rio-São Paulo reunia as principais equipes destes dois estados. Em 1967, o campeonato mudaria de nome para Torneio Roberto Gomes Pedrosa (conhecido também como Robertão), pois incluiria clubes de outras localidades – dois do Rio Grande do Sul, dois de Minas Gerais e um do Paraná. Esta inclusão de participantes de outros estados se deve a um fato simbólico, a vitória do Cruzeiro (MG) sobre o Santos de Pelé na final da Taça Brasil – campeonato eliminatório, disputado desde 1960, que reunia os campeões estaduais a fim de definir o representante brasileiro na Copa Libertadores da América²⁵.

A partir de 1968, um clube da Bahia e um clube de Pernambuco foram inclusos no Torneio Roberto Gomes Pedrosa, que foi disputado até 1970. No ano seguinte, com o ingresso do Ceará Sporting, o torneio ganha o nome de Campeonato Brasileiro (Brasileirão). O primeiro Brasileirão – chamado oficialmente

²⁴ O Torneio Rio-São Paulo foi o primeiro campeonato interestadual do Brasil a possuir continuidade. Em 1920, o Fluminense organizou um campeonato reunindo os campeões estaduais do Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul. Contudo, o campeonato só se repetiria em 1936, mas reunindo os campeões dos estados da Região Sudeste.

²⁵ A Copa Libertadores da América é o principal campeonato interclubes da América do Sul. O torneio reúne os campeões dos países filiados a Confederação Sul-americana de Futebol (Conmebol) na disputa pelo título da competição e pela vaga na disputa do Mundial Interclubes. Atualmente a Libertadores reúne 32 clubes (5 brasileiros) de 11 países diferentes, inclusive do México – país que não é filiado a Conmebol. Os clubes brasileiros que já conquistaram a Libertadores foram: Santos (1962-63); Cruzeiro (1976 e 1997); Flamengo (1981 e 1995); São Paulo (1992-93 e 2005); Vasco (1998); e Palmeiras (1999).

de Campeonato Nacional – contava com representantes de oito estados. Em 1975, o campeonato muda de nome para Copa Brasil e só em 1981 ganha o atual nome de Campeonato Brasileiro. O Brasileirão teve ainda dois outros nomes, devido a edições especiais, em 1987 e 1988, se chamou Copa União²⁶ e, em 2000, Copa João Havelange²⁷. Depois de passar por vários regulamentos, o Campeonato Brasileiro é disputado há três anos por pontos corridos²⁸. Em 2005, 22 clubes disputaram a primeira divisão, representando dez unidades da federação.

O Brasileirão é considerado um dos mais disputados campeonatos nacionais, como apontam Paulo Bonamigo e Abel Braga, treinadores (na ocasião) do Palmeiras e Fluminense, respectivamente: “...temos que lembrar que o Campeonato Brasileiro é o mais difícil do mundo.”²⁹; “O Campeonato Brasileiro é o mais difícil do mundo, porque é o único em que dez times entram em condições de ser campeão”³⁰. Este discurso dos treinadores, muitas vezes endossado pela mídia, produz representações sociais que valorizam mais as conquistas dos clubes e também justificam os maus resultados perante aos torcedores, que nem sempre aceitam uma explicação racional sobre as derrotas.

A competitividade do Brasileirão pode ser confirmada pelo número de campeões que o torneio já teve. Foram 17 clubes em 35 edições, uma média de aproximadamente um campeão diferente a cada dois torneios, média esta muito maior do que de outros países tradicionais do futebol³¹. Dos estados que

²⁶ A Copa União foi um campeonato nacional organizado pelo Clube dos 13. A competição se dividia em dois módulos, o verde, que reunia as equipes do Clube dos 13 (Corinthians, São Paulo, Santos, Palmeiras, Botafogo, Flamengo, Fluminense, Vasco, Grêmio, Internacional, Atlético-MG, Cruzeiro e Bahia) além de três convidados (Coritiba, Santa Cruz e Goiás), e o amarelo que contava com mais 16 clubes. Tal campeonato gerou polêmica pela disputa de força entre a CBF e o Clube dos 13, desde sua organização até o seu final. O regulamento da competição previa que o campeão e o vice de cada módulo jogariam um quadrangular final, a fim de definir o campeão brasileiro e os representantes na Copa Libertadores. Os dois primeiros colocados do módulo verde (Flamengo-RJ e Internacional-RS) se recusaram a jogar o quadrangular com as equipes do módulo amarelo (Sport-PE e Guarani-SP). Assim, Sport e Guarani jogaram entre si e a equipe pernambucana acabou ficando com o título nacional.

²⁷ Uma liminar da Justiça, conseguida pelo Gama (inconformado pelo rebaixamento à Série B), impediu a realização do Campeonato Brasileiro de 2000. Deste modo, foi organizada a Copa João Havelange, dividida em módulos, como a Copa União. O módulo azul contou com 25 participantes (os 24 que normalmente disputariam a Série A do Campeonato Brasileiro e mais o Gama). Desta vez a fase final envolvendo clubes de todos os módulos foi realizada, tendo o Vasco (do módulo azul) e o São Caetano (do módulo amarelo) respectivamente como campeão e vice.

²⁸ Geralmente, nos campeonatos disputados por pontos corridos todos dos clubes jogam entre si duas vezes (uma em casa e outra fora). O campeão é aquele que somar mais pontos ao final da competição, não havendo finais.

²⁹ Site da Gazeta Esportiva

³⁰ Site do Lance!

³¹ Na Argentina, a partir de 1930 (era profissional), 17 clubes já ganharam o título nacional em 110 Campeonatos Argentinos, que neste país é disputado de forma diferente. Nos anos de 1931 a 1934, são considerados dois campeões nacionais, pois havia duas ligas diferentes no país, unificadas em 1935. De 1967 a 1984, se voltou a ter dois campeonatos diferentes, um metropolitano (Buenos

participaram do primeiro Campeonato Brasileiro, apenas o Ceará não possui um time campeão (QUADRO 03 e CARTOGRAMA 01).

QUADRO 03 - CAMPEONATO BRASILEIRO

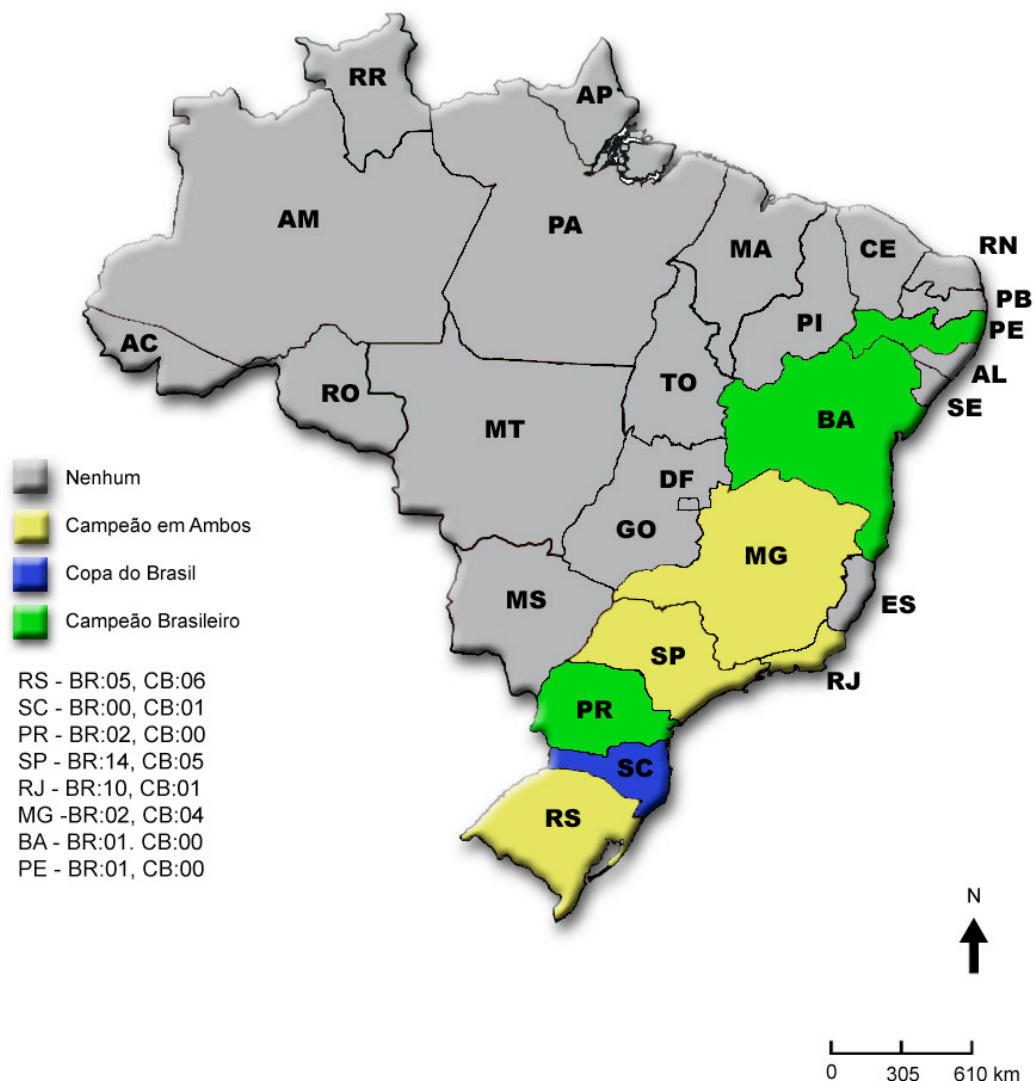
ANO	CAMPEÃO	VICE	TERCEIRO	QUARTO
1971	Atlético-MG	São Paulo	Botafogo	Corinthians
1972	Palmeiras	Botafogo	Internacional	Corinthians
1973	Palmeiras	São Paulo	Cruzeiro	Internacional
1974	Vasco	Cruzeiro	Santos	Internacional
1975	Internacional	Cruzeiro	Fluminense	Santa Cruz
1976	Internacional	Corinthians	Atlético-MG	Fluminense
1977	São Paulo	Atlético-MG	Operário-MS	Londrina
1978	Guarani	Palmeiras	Internacional	Vasco
1979	Internacional	Vasco	Coritiba	Palmeiras
1980	Flamengo	Atlético-MG	Internacional	Coritiba
1981	Grêmio	São Paulo	Ponte Preta	Botafogo
1982	Flamengo	Grêmio	Guarani	Corinthians
1983	Flamengo	Santos	Atlético-MG	Atlético-PR
1984	Fluminense	Vasco	Grêmio	Corinthians
1985	Coritiba	Bangu	Brasil-RS	Atlético-MG
1986	São Paulo	Guarani	Atlético-MG	América-RJ
1987	Sport	Guarani	Flamengo	Internacional
1988	Bahia	Internacional	Fluminense	Grêmio
1989	Vasco	São Paulo	Cruzeiro	Botafogo
1990	Corinthians	São Paulo	Grêmio	Bahia
1991	São Paulo	Bragantino	Atlético-MG	Fluminense
1992	Flamengo	Botafogo	Vasco	Bragantino
1993	Palmeiras	Vitória	Corinthians	São Paulo
1994	Palmeiras	Corinthians	Guarani	Atlético-MG
1995	Botafogo	Santos	Cruzeiro	Fluminense
1996	Grêmio	Portuguesa	Atlético-MG	Goiás
1997	Vasco	Palmeiras	Internacional	Atlético-MG
1998	Corinthians	Cruzeiro	Santos	Portuguesa
1999	Corinthians	Atlético-MG	São Paulo	Vitória
2000	Vasco	São Caetano	Cruzeiro	Grêmio
2001	Atlético-PR	São Caetano	Fluminense	Atlético-MG
2002	Santos	Corinthians	Grêmio	Fluminense
2003	Cruzeiro	Santos	São Paulo	São Caetano
2004	Santos	Atlético-PR	São Paulo	Palmeiras
2005	Corinthians	Internacional	Goiás	Palmeiras

Fonte: Adaptado da Revista Placar

Aires) e um nacional. A partir de 1991, o Campeonato Argentino (disputado por clubes do país inteiro) voltou a apontar dois campeões, um no primeiro semestre (Torneio Clausura) e outro no segundo (Torneio Apertura). A Bundesliga (Campeonato Alemão) foi conquistada por 28 clubes diferentes em 93 edições. O campeonato sofreu interrupções devido às Guerras Mundiais e de 1939 a 1944, a Bundesliga foi disputada também por clubes austríacos (inclusive um deles, o Rapid Viena, conquistou o troféu). A partir de 1948, o país se dividiu em Alemanha Ocidental e Oriental, a qual possuía um campeonato mais fraco. Apenas os clubes da Alemanha Ocidental disputavam a Bundesliga. Somente em 1992, com a reunificação, os clubes de toda Alemanha puderam disputar o campeonato nacional. Outros países tradicionais também apresentam um baixo número de campeões em relação à quantidade de títulos disputados. O Campeonato Espanhol, com 73 edições, foi conquistado por apenas 10 clubes; o Inglês, disputado por 106 vezes, foi vencido por 23 clubes diferentes; e o Italiano foi conquistado por apenas 16 equipes ao longo de 102 campeonatos.

Outro campeonato nacional que merece destaque é a Copa do Brasil. Este torneio eliminatório, disputado desde 1989 e que atualmente conta com 64 participantes, reúne os campeões e os melhores colocados dos campeonatos estaduais. A Copa do Brasil, que dá direito a uma vaga para a Copa Libertadores da América, já teve dez campeões diferentes: Grêmio (1989, 1994, 1997 e 2001); Flamengo (1990); Criciúma (1991); Internacional-RS (1992); Cruzeiro (1993, 1996, 2000 e 2003); Corinthians (1995 e 2002); Palmeiras (1998); Juventude (1999); Santo André (2004) e Paulista (2005). Nota-se que, pelo formato da competição, clubes com menor tradição conquistaram a Copa do Brasil, como Criciúma, Juventude, Santo André e Paulista (os dois últimos nem estavam na primeira divisão do futebol brasileiro).

**CARTOGRAMA 01 - CAMPEÕES BRASILEIROS E DA COPA DO BRASIL
DISTRIBUÍDOS POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO**



As diferenças locais e a organização tardia de um campeonato nacional propiciaram que os campeonatos estaduais se consolidassem. Estas competições reforçaram as rivalidades locais e ajudaram na construção da segunda e terceira naturezas locais. O primeiro campeonato estadual foi disputado em São Paulo, em 1902. O futebol paranaense – que será discutido posteriormente de forma mais detalhada – teve seu primeiro campeonato no ano de 1915.

2.2 O Futebol como Manifestação Sócio-Cultural

O estudo do futebol pela Geografia passa pela abordagem cultural, pois este se refere a um aspecto marcante das culturas de países, estados e cidades. O sociólogo do futebol Richard GIULIANOTTI (2002, p. 08) atribui a importância dada ao futebol não apenas porque este é parte integrante de uma cultura, mas também porque “as características valorizadas no jogo nos dizem algo fundamental sobre as culturas em que ele é praticado.”

No Brasil, é atribuído ao futebol um importante lugar na constituição de uma cultura nacional, bem como no estabelecimento de uma identidade nacional. Alex BELLOS, um pesquisador inglês sobre futebol brasileiro, aponta o futebol como “o símbolo mais forte da identidade brasileira” e “o meio mais eficiente de se integrar a sociedade brasileira” (BELLOS, 2003, p. 09-10). Esta condição apontada por BELLOS exprime a importância que possui o futebol para o brasileiro, pois faz parte de sua vida cotidiana e de suas relações sociais. Roberto DAMATTA afirma que “a construção de uma identidade social, então, como a construção de uma sociedade, é feita de afirmativas e de negativas diante de certas questões” (DAMATTA, 1984, p. 17). No Brasil, o futebol é uma destas afirmativas.

Desta forma, pode-se afirmar que, no Brasil, o futebol não é simplesmente um esporte. Vai além disto, é uma manifestação cultural, social – que se dá no cotidiano – e, conseqüentemente, espacial. Assim, é possível afirmar que o futebol é elemento fundamental para se compreender uma sociedade, no caso, a brasileira e mais especificamente a curitibana.

O futebol chega no Brasil em um período de afirmação nacional e de construção de uma nova sociedade. É a época que antecede a proclamação da República. A abolição da escravatura e a Guerra do Paraguai são episódios que demonstram o que significou esta época para a construção de uma identidade

nacional. Foi neste cenário que o esporte originalmente britânico começa a ser apropriado pelos brasileiros, que dão início ao processo de criação de um futebol tipicamente nacional. Como já visto anteriormente, a apropriação popular deste esporte, a princípio de elite, foi de fundamental importância para o nascimento simbólico de um futebol com as características sociais brasileiras. O futebol se tornou um elemento fundamental na constituição de uma identidade nacional, pois possibilitou a incorporação e a valorização de contornos culturais brasileiros em sua prática.

O futebol passou então a receber uma atenção especial de toda sociedade brasileira, pois além de ser um meio de manifestar sua cultura era uma forma simbólica de construção de uma identidade nacional e da própria cultura brasileira manifestada ali. GIULIANOTTI aponta o futebol como elemento central em diversas culturas: “sua centralidade cultural, na maior parte das sociedades, significa que o futebol tem uma importância política e simbólica profunda, já que o jogo pode contribuir fundamentalmente para as ações sociais, filosofias práticas e identidades culturais de muitos e muitos povos” (GIULIANOTTI, 2002, p. 08). Inclusive, o futebol foi altamente utilizado como instrumento político de legitimação não apenas de uma nação, mas também de regimes, principalmente ditatoriais. Este é o caso da utilização das seleções nacionais e clubes pelos governos de Mussolini (Itália), Hitler (Alemanha), Videla (Argentina), Franco (Espanha) e de muitos governantes brasileiros (Getúlio Vargas, Juscelino Kubistchek, João Goulart, os militares Costa e Silva e Médice, entre outros).

No Brasil, a expressão deste uso político do futebol pode ser visto na construção de enormes estádios Brasil afora, com intuito de reunir as massas para o espetáculo futebolístico, que muitas vezes era permeado por elementos políticos, como aponta HELAL:

No início dos anos 70 foram construídos vários estádios com capacidade para mais de 70 mil pessoas e alguns inclusive com capacidade para mais de 100 mil pessoas, como por exemplo o Morumbi, em São Paulo, o Rei Pelé, em Maceió, e o Castelão, no Ceará. Nessa época, o país, sob regime militar, atravessava um período de otimismo econômico que ficou conhecido como o “milagre brasileiro”. A propaganda oficial, estimulando o ufanismo, falava em “País do Futuro”, “Ame-o ou Deixe-o” e “Brasil Grande”, e o futebol, devido a sua expressiva popularidade, atraía o interesse do governo em tornar eficazes as suas mensagens. Este fato, somado ao sucesso do futebol brasileiro nos anos 60, encorajou a construção de grandes estádios por todos o país (HELAL, 1997, p. 52).

As Copas do Mundo são os pontos máximos de identificação nacional em torno do futebol. Desta forma, nestes períodos o uso político do futebol é mais visível, principalmente quando a Seleção consegue êxito: “para os ligados mais diretamente ao governo, repetir o discurso oficial era fácil, uma vez que bastava relacionar o desempenho da seleção ao momento de euforia econômica que se convencionou chamar de Milagre” (AGOSTINO, 2002, p. 162). Tal citação expressa como o governo brasileiro soube aproveitar a vitória na Copa de 1970, mesclando propagandas da própria Seleção Brasileira com propagandas do Regime Militar.

O futebol, além de manifestar uma cultura nacional, também afirma culturas locais. Esta cultura local é manifestada, principalmente, através dos clubes e das rivalidades:

Ao mesmo tempo que o nacionalismo do futebol emerge periodicamente nos eventos e torneios internacionais, são interesses locais e municipais que seguram o jogo no nível básico. As lealdades diárias de torcedores e jogadores tendem a ser concedidas a clubes individuais muito mais do que as nações. No âmbito do clube, encontramos importantes reflexões simbólicas do período moderno inicial, industrial, urbano, em que o futebol emergiu como esporte nacional, tanto no velho quanto no novo mundo. (GIULIANOTTI, 2002, p. 53-54)”

Portanto, a constituição do futebol como elemento fundamental na cultura e sociedade brasileiras não se dá apenas no âmbito nacional, mais especificamente no que diz respeito à Seleção Brasileira. Os clubes têm papel essencial na afirmação do futebol nas sociedades locais. Como já visto, é a partir dos clubes que se dá a grande parte das relações sócio-espaciais do futebol brasileiro.

Desta maneira, é fundamental a discussão da escala em qualquer estudo geográfico acerca do futebol. Eventos que envolvem clubes provocam mais influência no âmbito local, assim como aqueles que dizem respeito a seleções o fazem em âmbito nacional. No entanto, as duas escalas estão intimamente ligadas, pois as relações sócio-espaciais constituídas no âmbito local influenciam também a escala nacional.

Na escala local, são os clubes as instituições que mais promovem relações entre atores sócio-espaciais. Em uma cidade de grande ou médio porte, há, geralmente, mais de um clube, o que acaba promovendo uma disputa pela hegemonia municipal. Tal disputa acaba gerando rivalidades, materializadas principalmente nos dérbi (jogos que envolvem dois clubes de uma mesma cidade). Todavia, as rivalidades podem transcender as fronteiras municipais, podendo ser

estaduais, nacionais ou internacionais. As rivalidades locais são, geralmente, as mais intensas, pois as relações sócio-espaciais do espaço de representação do futebol se dão no convívio cotidiano.

2.3 O Futebol como Construtor de Relações

2.3.1 Atores Sócio-Espaciais

TOLEDO afirma que o futebol é “uma manifestação cultural que revela nosso jeito, malícia, alegria ou ginga, o futebol protagonizou os contornos de um processo de identificação construído e engendrado por esses diferentes agentes sociais em interação” (TOLEDO, 2000, p. 08). A classificação dos atores sócio-espaciais do futebol utilizada como base para este trabalho será a de TOLEDO (2002), que os divide em: profissionais, especialistas e torcedores. Tal divisão não pressupõe uma homogeneidade dentro destes grupos, mas sim uma ligação cotidiana e ritualística entre os diferentes atores que compõe cada uma das classes.

Os profissionais “serão todos aqueles que interferirem diretamente no jogo, quer dentro de campo, (...), quer na preparação dos jogadores, (...), ou no suporte administrativo dos dirigentes, (...)” (TOLEDO, 2002, p. 16). Portanto, tal categoria é composta por jogadores, técnicos, fisioterapeutas, médicos, massagistas, dirigentes, funcionários do clube, árbitros, empresários, entre outros profissionais ligados à performance do fato futebolístico.

No entanto, dentro deste grupo nem todos os atores sócio-espaciais exercem profissionalmente suas atividades. Diferente do caso dos jogadores, treinadores e demais membros da comissão técnica, os dirigentes dos clubes nem sempre são remunerados para executar suas funções. Os dirigentes, conhecidos no Brasil pelo nome de cartolas, são em sua maioria amadores, ou seja, se dedicam ao futebol paralelamente a sua atividade profissional (advogados, empresários, médicos, etc.). Estes são ligados aos clubes, na maioria dos casos, por uma identidade futebolística e pela afetividade. A prática amadora da atividade de dirigente, dita como maléfica à organização do clube e do próprio futebol brasileiro, está prevista no estatuto de muitos clubes, como Corinthians, Santos, Flamengo, Vasco e Grêmio (UNZELTE, 2002).

Outro exemplo é o dos árbitros, que não podem exercer profissionalmente sua função. Desta maneira, precisam buscar outras profissões, não podendo se dedicar exclusivamente ao futebol.

Apesar das peculiaridades encontradas dentro deste grupo dos profissionais, muitas são as semelhanças, principalmente no que diz respeito a territorialidades e a temporalidades do cotidiano e do ritual dos diversos atores sócio-espaciais. A territorialidade destes, no fato futebolístico (ritual), se inscreve dentro do campo e nos vestiários. Especificidades espaciais permeiam a atuação de cada um dos grupos de atores sócio-espaciais e, inclusive, de cada indivíduo dentro da partida. Os times utilizam vestiários diferentes entre eles, bem como fazem os árbitros. Dentro de campo – não especificamente dentro do campo de jogo – cada ator se posiciona e atua em um espaço diferente. O treinador, a comissão técnica e os jogadores reservas ficam restritos a atuar no banco de reservas, sendo proibidos entrar no campo de jogo sem autorização. No entanto, o treinador pode utilizar uma área exclusiva sua, denominada de área técnica³². O árbitro principal apita a partida de dentro do campo, já seus dois auxiliares observam o jogo cada um de um lado do campo, porém fora de seus limites. Os 22 jogadores disputam a partida dentro dos limites do campo, entretanto os jogadores têm uma espacialidade restringida dentro destes limites devido a sua função tática e às regras (primeira e segunda naturezas). A função tática de um zagueiro central não o permite estar constantemente no campo de ataque, apenas em situações especiais, como em escanteios, faltas ou uma contingência da partida. Já o goleiro tem sua espacialidade restrita pela regra, pois só pode atuar como tal – realizando intervenções com as mãos – dentro de sua própria área.

A temporalidade do ritual dos diversos atores é de dois tempos de 45 minutos e um intervalo de 15 minutos entre eles. No entanto, há peculiaridades também, como é o caso do árbitro que costuma dar mais ou menos acréscimos³³ e jogadores que entram para jogar apenas o segundo tempo da partida.

No cotidiano, os profissionais – com exceções, principalmente aos árbitros – experimentam a territorialidade dos Centros de Treinamento (CTs), das instalações

³² A International Board permite que o técnico levante do banco de reservas para orientar seu time, desde que permaneça dentro de um limite estipulado, denominado área técnica. Sua localização e suas dimensões podem variar de estádio para estádio, mas ela deve se estender a um metro de cada lado do banco e adiante até a distância de um metro da linha lateral.

³³ Depois da Copa de 1994, ficou obrigatória a sinalização por parte dos árbitros do tempo extra acrescido em cada tempo da partida. Se o árbitro achar conveniente crescer 3 minutos, devido a paralisações, ele sinaliza para o quarto árbitro, que levanta uma placa indicando o número 3.

do clube (academia, piscina, etc.) e dos estádios (do próprio ou de outros clubes, a fim de executar um reconhecimento). A temporalidade cotidiana está ligada ao regime de treinamento imposto pela comissão técnica e varia de clube para clube e de semana para semana – dependendo do calendário. Como já frisado, os árbitros não possuem um cotidiano diretamente ligado a sua atividade futebolística, pois necessitam exercer uma profissão remunerada. Todavia, executam exercícios, geralmente em academias, a fim de manter seu condicionamento físico.

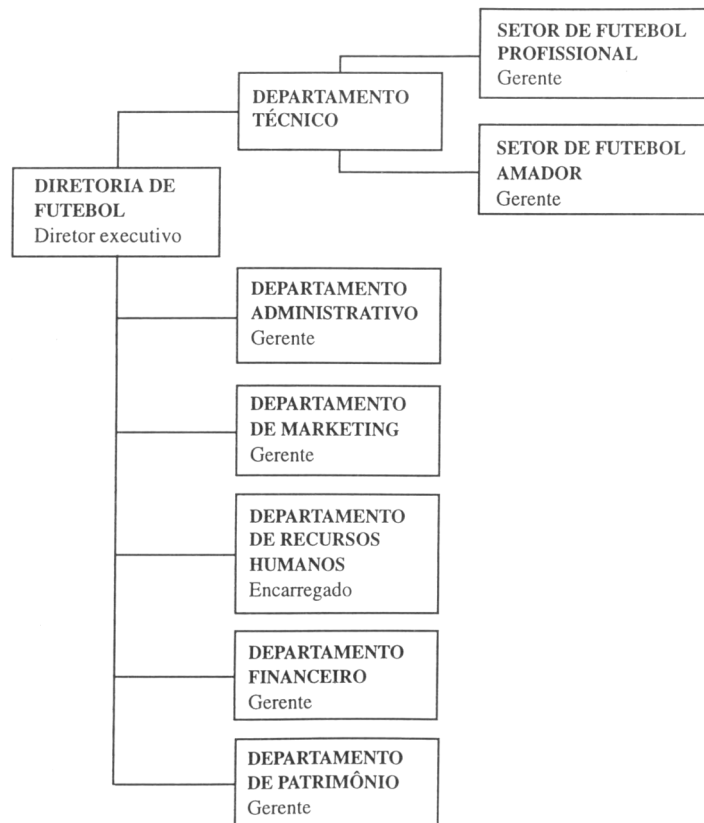
A generalidade da classificação de TOLEDO (2002) é positiva, pois permite o estudo de grupos mais amplos com características em comum. No entanto, possui limitações no que diz respeito a análises mais específicas e detalhadas dentro destes grupos. Portanto, a partir do grupo de profissionais já delimitado, se propõe uma classificação detalhada dos atores sócio-espaciais deste grupo, com ênfase na organização na estrutura do clube. Assim, os profissionais que têm vínculo com os clubes são divididos em três corpos: o administrativo, o associativo e o atlético.

O corpo administrativo é composto por funcionários remunerados do clube que exercem funções administrativas. Pode ser subdividido em corpo administrativo gerencial – ajudam nas tomadas de decisões do clube e dão ordens –, de funcionários – executores de tarefas – e terceirizados – não vinculados ao clube, mas que prestam serviços esporádicos à instituição. Os gerenciais ocupam diversos departamentos como o de futebol, financeiro, de comunicação, entre outros. Secretários, faxineiros e telefonistas são alguns exemplos de funcionários de um clube. O corpo associativo é composto pelos sócios do clube. Subdivide-se em sócios participantes e sócios simples. Os participantes são aqueles sócios que influenciam na administração do clube, podendo ser conselheiros ou não. Os conselheiros são nomeados e participam ativamente das decisões tomadas dentro do âmbito clubístico. Dependendo do estatuto, apenas os conselheiros podem eleger e ocupar cargos de direção. Desta forma, se obtém mais uma distinção, entre sócios diretores e os que não exercem cargos diretivos. O sócio simples é aquele que, apesar de possuir um vínculo associativo com o clube, não exerce influência direta dentro da instituição.

Membros dos corpos administrativo e associativo formam a diretoria dos clubes. Cada instituição tem suas peculiaridades organizacionais. Em alguns clubes há um grande número de funcionários contratados, já em outros predominam os sócios. No entanto, uma estrutura básica é comum a maioria dos clubes ou, pelo menos, é o mínimo para a realização de uma boa administração, segundo

BRUNORO E AFIF (1997). Esta estrutura é apresentada por BRUNORO e AFIF (1997) (FIGURA 02). Este organograma é formado por uma Diretoria de Futebol, que se divide em seis departamentos: Administrativo; Marketing; Recursos Humanos; Financeiro; Patrimônio; e Técnico – que se divide em Setor de Futebol Profissional e Amador.

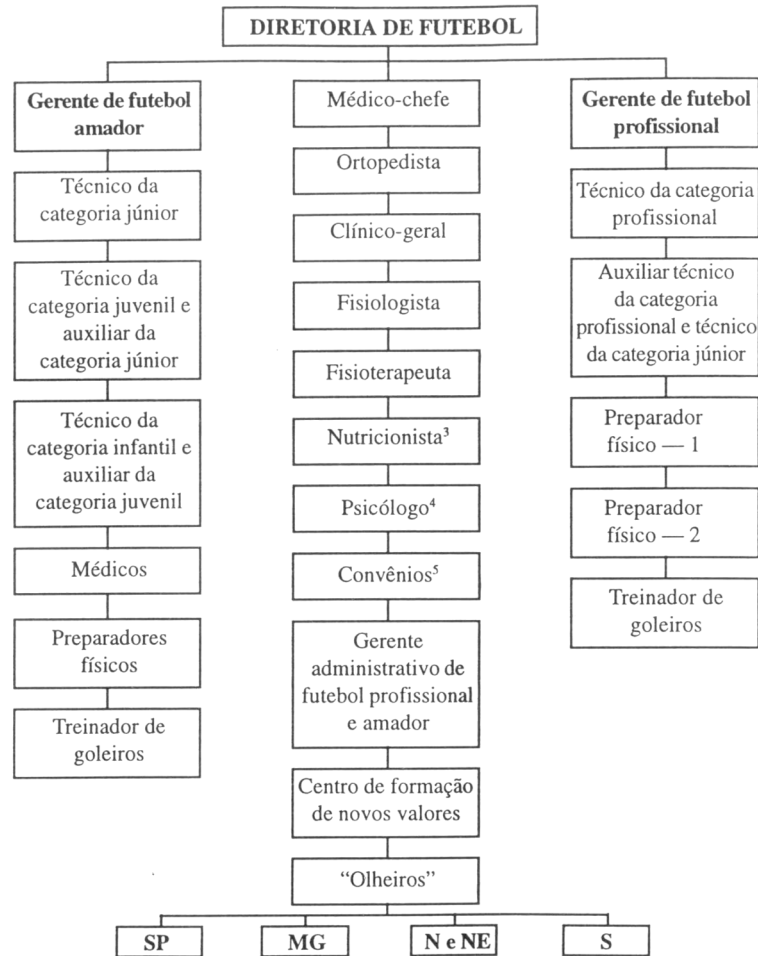
FIGURA 02 - ESTRUTURA BÁSICA DE UM CLUBE



Fonte: Adaptado de BRUNORO; AFIF, 1997

O corpo atlético, que pode ser profissional (remunerado, com contrato) ou amador (categorias de base e escolinhas), é formado por todos aqueles que trabalham na preparação e na prática futebolística em si. Inseridos no Departamento Técnico, os corpos atléticos profissional e amador possuem basicamente a mesma estrutura, formada por jogadores e comissão técnica. A comissão técnica compreende todos os profissionais que objetivam a preparação atlética, técnica e tática dos jogadores. É formada, geralmente, por um técnico, um auxiliar técnico, preparadores físicos, médicos, treinador de goleiros, massagistas e fisioterapeutas, entre outros profissionais. A título de classificação, outros profissionais podem ser incluídos na comissão técnica, como roupeiros e psicólogos (FIGURA 03).

FIGURA 03 - ORGANOGRAMA DE UMA DIRETORIA DE FUTEBOL



³Profissional que poderá prestar assessoria.

⁴Profissional que poderá prestar assessoria. Função ligada ao técnico.

⁵Para cirurgias e tratamentos odontológicos.

Fonte: Adaptado de BRUNORO; AFIF, 1997

Os jogadores se dividem em titulares – aqueles que participam das partidas – e suplentes – aqueles que estão à disposição do treinador, mas não participam dos jogos. Os jogadores podem ser classificados através de suas posições em campo (goleiros, zagueiros, laterais, volantes, armadores, atacantes) e pelo seu prestígio com atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol (“craque”, “estrela”, “perna de pau”, “desconhecido”, “revelação”, etc.).

Os diversos atores sócio-espaciais da categoria dos profissionais possuem várias características em comum. No entanto, há algumas diferenças marcantes entre eles, principalmente no que diz respeito ao discurso e a identidade futebolística. Os jogadores possuem um discurso próprio, com vocabulário e sentido limitados. Estes são previsíveis na sua fala, tanto em relação às palavras utilizadas quanto às informações contidas. Quando há um jogador que possui um discurso

mais articulado, ele já se destaca dos demais, se tornando o capitão da equipe ou o mais requisitado da mídia para dar entrevistas. Os treinadores possuem um discurso mais analítico sobre o fato futebolístico. Utilizam menos chavões e mais expressões técnicas. O mesmo ocorre com os demais membros da comissão técnica – cada profissional lança mão do vocabulário de sua especialidade. O discurso de todos estes atores sócio-espaciais é permeado pelo poder, mas é nos dirigentes que isto fica mais claro. Estes procuram evidenciar as possibilidades de exercer o poder que seu cargo os permite.

A questão da identidade futebolística, principalmente aquela ligada ao vínculo clubístico, apresenta diferenças entre os profissionais. Geralmente, os dirigentes não trocam de clube, o que é explicado através do modelo amador de administração do futebol brasileiro, que se pauta na paixão clubística. No entanto, os jogadores e treinadores dificilmente permanecem por muitos anos em um mesmo clube, pois fazem parte de um mercado de transferências. Os jogadores costumam negociar suas transferências (ao final ou ainda na vigência do contrato) com outros clubes. Já os membros da comissão técnica, principalmente, os treinadores são contratados e dispensados pelos dirigentes seja no começo da temporada seja no decorrer desta. Deste modo, é mais difícil a identificação de jogadores ou treinadores com um clube, pois sua relação com este é, geralmente, insuficientemente longa e marcante para tal. Antigamente, na época da modernidade do futebol, havia maior identificação dos jogadores com os clubes, pois estes permaneciam mais tempo nestas instituições, em decorrência da não existência de um mercado de transferência como o atual – principalmente para o exterior.

Os empresários, também inseridos dentro do grupo dos profissionais têm um papel fundamental nas relações do espaço de representação do futebol, pois são facilitadores das transferências e negociações que ocorrem. Estes podem intermediar a relação do clube com os patrocinadores, como a do clube com os jogadores ou treinadores. Muitos jogadores possuem empresários, que cuidam de sua carreira, fazendo os contratos e cuidando da transferência dos jogadores. A figura do empresário ganhou destaque, principalmente, depois da aprovação da Lei Pelé. Anteriormente, o jogador era vinculado direta e permanentemente ao clube. Com o fim do passe, o jogador ganhou a liberdade de se desvincular de seu clube (desde que nos trâmites legais) e escolher um novo clube para jogar. O empresário aparece, então, para intermediar esta relação do jogador com o clube, orientando o

jogador e procurando as melhores oportunidades para a carreira deste (tanto esportivamente como financeiramente).

A categoria dos especialistas, da classificação de TOLEDO (2002), compreende a crônica esportiva em geral (narradores, comentaristas, repórteres, apresentadores, cinegrafistas, etc.). O nome “especialistas” deriva da expressão “imprensa especializada”. Neste trabalho, esta categoria também pode ser encontrada com o nome de “mídia”. Os especialistas não jogam nem torcem, ocupando uma posição entre a categoria dos profissionais e dos torcedores, como pode ser observado nas palavras de TOLEDO: “suponho que construam, no plano das representações, um lugar simbólico equidistante entre os *profissionais* e os *torcedores*. Não jogam, mas também não se comprometem no nível da emoção partidária, ao menos em tese, do mesmo modo que o conjunto de torcedores” (TOLEDO, 2002, p. 17). Tal afirmação pressupõe a constante busca da objetividade na cobertura jornalística da mídia. Entende-se por objetividade “uma mistura de estilo direto, imparcialidade, faturalidade, isenção, neutralidade, distanciamento, alheamento em relação a valores e ideologia” (AMARAL, 1996, p. 26).

Desta forma, não cabe ao jornalista tomar partido deliberadamente em relação a fatos da partida, por exemplo. No entanto, segundo Clóvis ROSSI (1988), a objetividade deve ser uma busca constante, mas jamais pode ser alcançada.

Todavia, o jornalismo esportivo apresenta peculiaridades. Diferentemente de outras áreas do jornalismo, ele mexe com a emoção das pessoas cotidianamente. Além disso, o jornalismo esportivo trabalha em torno de um evento bastante específico, que é a partida de futebol, apesar de cobrir também os treinos, os bastidores e as especulações. Desta maneira, a temporalidade de cobertura do jornalismo esportivo gira em torno de algo que já se sabe a que horas e aonde vai acontecer. Pode-se então se fazer uma programação do próprio fato jornalístico, a partida.

Apesar de não ser a promoção do jogo a função do jornalismo esportivo, a espetacularização do futebol e sua apropriação pela mídia exige este expediente. Nota-se, assim, uma mistura entre jornalismo e espetáculo, entre notícia e promoção.

Com o passar dos tempos, representações sociais fizeram com que as expressões “jornalismo esportivo” e “crônica esportiva” se tornassem sinônimos para os leigos. No entanto, o jornalismo, pressupõe objetividade e a crônica, opinião. Deste modo, o jornalismo esportivo e a crônica esportiva convivem, mas não são a

mesma coisa. Os comentaristas e colunistas são essencialmente cronistas, pois emitem suas opiniões, fazem suas leituras a partir dos fatos. Esta é uma outra especificidade da cobertura esportiva, pois a opinião dos cronistas não necessita ser precisa, pode ser apenas especulativa ou então analítica.

A territorialidade e a temporalidade da mídia esportiva podem variar de acordo com o veículo de comunicação (televisão, rádio, internet, jornal, revista, etc.). No entanto, todos eles têm como o evento mais significativo a partida em si, girando toda sua programação em torno dela. Por exemplo, em dias de jogos, a impressão da edição do jornal aguarda o término das partidas da rodada, enquanto em dias sem jogos o jornal roda mais cedo. Já outros veículos, que transmitem diretamente as partidas, como televisão e rádio, concentram sua atenção na transmissão do evento, um misto de jornalismo e espetáculo (de sons e imagens).

Na partida, a mídia possui uma territorialidade específica, geralmente se limitando às cabines de rádio, televisão ou salas de imprensa, bem como ao redor do gramado (repórteres) e até dentro do campo, realizando entrevistas antes do início e no término de cada tempo de jogo. A abrangência dos diferentes tipos de veículos de comunicação também é diferente. Geralmente, os jogos transmitidos pela televisão têm abrangência nacional, já os pelo rádio têm audiência local. Isto depende da partida em questão e da tecnologia à disposição.

A mídia faz o papel de difusora de representações sociais, fornecendo informações que ao serem processadas socialmente formam representações. A mídia por si própria produz representações, principalmente através do discurso da crônica esportiva, que analisa os jogos e faz prognósticos, os quais são apropriados pelo universo consensual, desenvolvendo representações sociais. Além deste fenômeno, a própria mediação entre o fato futebolístico (a partida) e o torcedor (espectador), realizada pelos diferentes meios de comunicação, produzem representações sociais. Apesar de obedecerem a uma coerência, as representações sociais formuladas por torcedores que assistiram o jogo no estádio provavelmente serão diferentes daquelas produzidas por torcedores que viram o jogo pela televisão. A simples fato de estar *in loco* influencia, além de outros fatores como os ângulos mostrados pela televisão, os *replays*, os comentários e a narração.

O terceiro grupo, o dos torcedores é aquele formado por atores sócio-espaciais que se aglutinam em torno de um clube através da afetividade e da identidade futebolística. Os torcedores podem ser comuns ou organizados. O torcedor comum é aquele que não possui ligação com nenhuma instituição

torcedora. Apesar disto, pode ir ao jogo em grupos, com amigos ou com a família. O torcedor comum pode ser dividido, conforme sua frequência no ritual futebolístico, em assíduo, ocasional ou não assíduo. Os torcedores organizados são grupos que se organizam através de uma instituição torcedora, no Brasil denominadas torcidas organizadas. As torcidas organizadas, geralmente, são quem puxam os gritos e animam a torcida, se utilizando de baterias, uniformes, fogos e outros adereços (faixas, bexigas, bandeiras, etc.).

Em alguns estados brasileiros estas organizações são proibidas de frequentar os jogos, por possuírem um histórico de violência e confusão nos estádios e fora deles: “é inegável que, a despeito da organização e participação efetiva no futebol, parte da violência observada entre torcedores origina-se nesses agrupamentos, embora não se deva creditar exclusivamente às torcidas organizadas a violência que incide sobre o meio esportivo” (TOLEDO, 2000, p. 66).

No entanto, a questão da violência não envolve, diretamente, apenas o grupo das torcidas organizadas, mas também os policiais – atores sociais menos importantes para o espetáculo em si, mas fundamentais para a organização de eventos futebolísticos. Muitos são os embates entre torcidas organizadas e policiais. Este, que possuem a função de proteger o cidadão, por vezes acabam promovendo também a violência ao tentar coibir inadequadamente os atos das torcidas organizadas (GIULIANOTTI, 2002).

Os torcedores também possuem territorialidades e temporalidades específicas. Os torcedores apresentam sentimentos de topofilia ou topofobia pelos estádios e seus setores. Normalmente, os torcedores estão acostumados a frequentar o estádio de seu clube, sendo este topofílico a ele. Mais especificamente, há lugares deste estádio que lhes são mais aprazíveis. Para GIULIANOTTI (2002), a topofilia dos torcedores a estádios ou a setores destes não está necessariamente ligada ao conforto, à estética ou ao refinamento funcional.

A questão da territorialidade é facilmente observada no fato futebolístico (ritual). Os torcedores ocupam as arquibancadas, cadeiras numeradas e camarotes. Tal setorização expressa também uma divisão social estimulada pelo preço do ingresso. Todavia, há torcedores que mesmo podendo ficar em camarotes preferem as arquibancadas pela atmosfera encontrada nelas, manifestando seu sentimento topofílico. A questão espacial desta atmosfera não se limita à torcida de um mesmo time, se estendendo também a torcida adversária. “Os times rivais podem expressar entusiasmo e respeito mútuo antes ou depois dos jogos, mas uma oposição

competitiva básica permanece durante o jogo. Uma forte rivalidade entre os dois grupos de torcedores é tipicamente maior que sua amizade. A organização espacial do campo, permitindo ou enfraquecendo essas relações, desempenha papel importante na construção da ‘atmosfera’” (GIULIANOTTI, 2002, p. 97).

A presença, então, da torcida adversária se faz importante para a constituição do espetáculo futebolístico. Esta faz com que o torcer se torne mais do que um estímulo ao time, passando a ser uma disputa entre uma rivalidade consolidada, uma reafirmação da identidade futebolística.

No entanto, a presença de duas torcidas acaba desencadeando, em algumas ocasiões, provocações excessivas, o que pode levar à violência física. Esta apesar de bastante recorrente não é mais freqüente do que a violência verbal, que já se tornou algo normal, incorporado à prática social do futebol. Os torcedores costumam xingar o juiz e os bandeirinhas, os jogadores adversários, os do próprio time (quando não estão atuando a contento da torcida) e, principalmente os torcedores adversários. Tais xingamentos geralmente procuram afirmar a identidade masculina dos torcedores através da feminilização dos outros, bem como de insultos ligados a sexualidade.

A temporalidade e a territorialidade dos torcedores no ritual futebolístico é influenciada pelos resultados dos clubes. Quando o clube vence, os torcedores estendem suas comemoração às ruas e bares, ficando mais tempo curtindo a vitória de seu time.

Os bares inclusive são um espaço importante da sociabilidade dos torcedores. Este é um ponto de encontro tanto nos dias de jogos como em dias “comuns”. É em espaços como bares, ruas e praças que o futebol é comentado pelos torcedores, sendo uma ocasião propícia para a criação e circulação de representações sociais. Conseqüentemente, neste espaço as rivalidades são alimentadas e consolidadas: “culturalmente, os jogos dérbi³⁴ se auto-promoviam; os torcedores rivais viviam, trabalhavam e se reuniam uns com os outros, discutindo, rindo e teorizando indefinidamente sobre os encontros passados e futuros” (GIULIANOTTI, 2002, p. 26).

A mudança de mentalidade na administração do futebol, transcendendo o esporte para uma prática de negócio, pode influenciar a visão que os clubes e a mídia têm dos torcedores. Estes passam a ser encarados como consumidores de

³⁴ Os dérbi são os jogos envolvendo clubes da mesma cidade. No Brasil, a palavra mais comum para indicar estes jogos é “clássico”, apesar do conceito de clássico ser mais amplo, pois não se limita a times da mesma cidade, apenas clubes que apresentam rivalidade entre si.

um espetáculo, o futebol. No entanto, esta mudança de mentalidade provoca conflitos, pois muitos torcedores, principalmente os organizados e os de menor poder aquisitivo não aceitam facilmente esta mudança de paradigma. As torcidas organizadas enfrentam empecilhos para a sua atuação, pois com cadeiras numeradas e com a não permissão da entrada de bandeiras, faixas e baterias, os grupos se descaracterizam. Já os torcedores com baixo poder aquisitivo ficam privados do espetáculo, pois não podem arcar com os custos.

Inclui-se também a comunidade dentro do grupo dos torcedores, pois esta mantém uma relação afetiva com o futebol, podendo ser positiva ou negativa. Entende-se por comunidade todos os indivíduos que, apesar de não estarem ligados diretamente ao mundo do futebol, são influenciados por este. Os moradores das proximidades dos estádios, os motoristas e cobradores de ônibus são exemplos de atores sócio-espaciais que fazem parte desta comunidade. Muitas vezes a comunidade tem sentimentos topofóbicos em relação aos torcedores, pois estes alteram a geografia do local, fazendo barulho e, em alguns casos, praticando atos depredatórios:

As relações topofóbicas podem existir entre o campo e seus vizinhos (Bale, 1989a, p. 129-137). Nos dias de jogo, a geografia social de toda localidade é transformada. As ruas ficam congestionadas pelos carros, os torcedores urinam nos jardins, brigas esporádicas começam de repente, ocorre vandalismo, e aparece um comportamento arruaceiro (Bale, 1980, 1990; Penny, 1992; Walvin, 1986, p. 120). Essas “externalidades negativas” podem servir para determinar uma relação antagônica entre o clube e a comunidade local, promovendo uma topofobia em relação ao campo e ao dia de jogo (Humphreys *et al.*, 1983; Mason e Moncrieff, 1993; Mason e Roberts, 1991). (GIULIANOTTI, 2002, p. 98)

Esta rede complexa de atores sócio-espaciais do futebol se estrutura através dos clubes, federações, confederações e outras instituições ligadas direta e indiretamente ao futebol. Tais instituições serão abordadas a seguir.

2.3.2 Instituições futebolísticas

Percebe-se que os atores sócio-espaciais se relacionam de diversas maneiras. Todavia, há uma estrutura básica a qual todos estão direta ou indiretamente ligados, que são os clubes. Os profissionais trabalham nos clubes, os especialistas os têm como objeto de cobertura jornalística e os torcedores se aglutinam em torno desta instituição, pela qual manifestam vários sentimentos.

Cada clube possui um estatuto que define as relações entre os diversos atores sócio-espaciais, cargos que exercem, hierarquia e estrutura. Desta maneira, cada clube possui características internas peculiares, bem como um relacionamento externo próprio.

Os clubes se relacionam com demais instituições de forma direta ou indireta. A relação entre os clubes pode se dar de diversas formas: amistosamente ou não, economicamente, politicamente, através de afinidades ou de rivalidades. Aliás, a rivalidade é uma das maneiras mais estreitas de relacionamento entre dois clubes, pois é impossível se pensar em um deles sem lembrar do outro. Alguns casos de rivalidade no futebol brasileiro são: Atlético-PR e Coritiba (Atletiba), Grêmio e Internacional (Gre-nal), Cruzeiro e Atlético-MG, Flamengo e Fluminense (Fla-Flu), Corinthians e Palmeiras, entre outros muitos. Estes jogos citados acima, assim como aqueles envolvendo times da mesma cidade ou rivais tradicionais, recebem o nome de clássico. Eles são, para os torcedores, os jogos mais importantes do ano, pois, além de poderem decidir campeonatos, são uma disputa pela supremacia, pela afirmação ante ao adversário tradicional. As maiores rivalidades (e os maiores clássicos) são entre clubes da mesma cidade (dérbis) ou estado. Tal rivalidade é alimentada nos campeonatos estaduais, nos quais os clubes disputam a supremacia local. A relação de poder entre os pares rivais provoca o surgimento de símbolos, mitos modernos, discursos, identidades futebolísticas e afetividades. Os fatos que ocorrem nestes encontros, chamados clássicos, ganham dimensões maiores do que os acontecidos em jogos “comuns”. Desta forma, a relação de rivalidade é solo fértil para a criação e circulação de representações sociais.

Institucionalmente, os clubes se relacionam com seus pares através de uma federação estadual – responsável pelo futebol no estado ou unidade da federação – a qual são todos vinculados (FIGURA 04). Cada federação “tem liberdade para promover e administrar os campeonatos da maneira que julgar mais adequada, bem como escolher os árbitros e, em alguns casos, comercializar as cotas de jogos com a televisão” (BRUNORO; AFIF, 1997, p. 135). Deste modo, os campeonatos estaduais são de responsabilidade das federações, que reúnem os filiados interessados para discutir a fórmula e as datas³⁵ da competição. As competências das federações estaduais não se limitam ao futebol profissional, se estendendo ao amador, porém apenas em competições oficiais.

³⁵ Em 2005, a CBF estipulou para o calendário do futebol brasileiro 42 datas para a realização do Campeonato Brasileiro, bem como 18 datas para os campeonatos estaduais.

FIGURA 04 - ORGANOGRAMA DA FEDERAÇÃO PARANAENSE DE FUTEBOL – CLUBES FILIADOS



Fonte: Site oficial da Federação Paranaense de Futebol

O organograma acima representa os 16 filiados da Federação Paranaense de Futebol que disputaram a primeira divisão do Campeonato Paranaense de 2005. da esquerda para a direita são: Adap, Atlético, Atlético Paranaíba, Cianorte, Coritiba, Engenheiro Beltrão, Francisco Beltrão, Império do Futebol, Iraty, Londrina, J. Malucelli (então, Malutrom), Nacional, Paraná, Rio Branco, Roma e União Bandeirante.

São filiadas à Confederação Brasileira de Futebol (CBF), as 27 federações estaduais (FIGURA 05) e cerca de 13 mil clubes, além dos jogadores inscritos (aproximadamente 500 mil) e dos árbitros (mais de 5 mil). O estatuto da CBF prevê o direito de voto para as federações e alguns clubes.

FIGURA 05 - ORGANOGRAMA DA CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL – FEDERAÇÕES FILIADAS



Fonte: Site oficial da CBF

A Confederação Brasileira de Futebol é formada por 27 federações estaduais. Da esquerda para a direita: Acre, Alagoas, Amapá, Amazonas, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Rondônia, Roraima, Santa Catarina, São Paulo, Sergipe e Tocantins.

A entidade máxima do futebol brasileiro foi criada em 1980 a partir de um desmembramento da Confederação Brasileira de Desportos (CBD) e atualmente é sediada no Rio de Janeiro. A CBF tem como objetivo organizar e aprimorar o futebol brasileiro dentro e fora do campo. Para tal, conta com um corpo diretivo e um corpo profissional técnico.

A diretoria da CBF é eleita de quatro em quatro anos, sendo que seu atual presidente Ricardo Terra Teixeira está cumprindo, até 2008, o seu quinto mandato.

As vice-presidências são cinco, sendo uma para cada região. Há ainda um secretário-geral e os seguintes departamentos: de assuntos legislativos; de coordenação regional; jurídico; de marketing; de operações; de relações públicas; de registro e transferência; técnico; e de seleções.

Todos os atletas que quiserem disputar competições nacionais ou se transferir nacional ou internacionalmente devem estar registrados na CBF. Este trabalho compete ao departamento de registro e transferência. Outro departamento que merece maior atenção é o técnico. É ele que coordena tecnicamente o Campeonato Brasileiro e a Copa do Brasil. O departamento de seleções tem como função administrar a logística e coordenar os calendários e programações das diferentes seleções. Qualquer seleção que venha representar o Brasil em um campeonato organizado pela Fifa deve ser administrada pelo departamento de seleções. Além da seleção principal, treinada por Carlos Alberto Parreira, a CBF conta ainda com seleções sub-15, sub-17, sub-20, a seleção olímpica³⁶ e as seleções femininas. Tais seleções possuem seus respectivos treinadores, além de uma comissão técnica formada por diversos profissionais (preparadores físicos, médicos, fisioterapeutas, entre outros).

É atributo da CBF também cuidar da Comissão de Arbitragem que deve organizar as escalas de árbitros para as partidas de todas as competições organizadas pela CBF e supervisionar o cumprimento das regras do futebol e determinações da Fifa. Há também a Justiça Desportiva que deve julgar os litígios de aspectos disciplinares nas partidas e competições. Ela obedece à hierarquia das organizações do futebol, ou seja, a confederação e as federações. Seu órgão máximo é o Supremo Tribunal de Justiça Desportiva (STJD), subordinado ao Supremo Tribunal de Justiça.

Duas críticas devem ser feitas a CBF. A primeira se refere ao caráter confederativo da instituição que acaba gerando distorções nas decisões tomadas. Neste tipo de estrutura, as federações estaduais têm o mesmo peso de voto, independente de seus méritos desportivos ou organizacionais. Assim, a federação acreana – que não conta com nenhum clube nem na primeira nem na segunda divisão – possui o mesmo poder de voto da federação paulista – atualmente com seis clubes na série A e seis na, B. A segunda crítica – reflexo da primeira –

³⁶ A cada quatro anos é formada uma seleção brasileira com o intuito de disputar a modalidade futebol nos Jogos Olímpicos. No entanto, esta seleção tem um limite de idade. Podem jogar as eliminatórias para as Olimpíadas, somente jogadores com menos de 23 anos (na data dos Jogos Olímpicos). Já nas Olimpíadas, é permitida a inscrição de três jogadores com mais de 23 anos.

concerne à perpetuação de um mesmo grupo no poder há mais de quinze anos. Como o presidente é indicado pela votação das federações estaduais, a distorção no sistema de votos permite que Ricardo Teixeira esteja exercendo seu quinto mandato seguido. Isto dá margem a conclusões de que as federações troquem seus votos por favores da CBF e que o enriquecimento do presidente da instituição esteja intimamente ligado a sua permanência no cargo.

O Campeonato Brasileiro é promovido pela CBF, mas quem negocia seus direitos televisivos e patrocínio é uma outra entidade, o Clube dos 13. Esta é uma associação formada pelos “maiores” clubes brasileiros que se organizaram em 1987 na busca de uma alternativa para tornar o futebol mais lucrativo para os clubes. A intenção era organizar uma liga formada pelos seus 13 fundadores (daí o nome): Corinthians, São Paulo, Santos, Palmeiras, Vasco, Flamengo, Fluminense, Botafogo, Atlético-MG, Cruzeiro, Grêmio, Internacional e Bahia.

Em um artigo publicado no *Jornal do Brasil*, de 14 de julho de 1987, o, na época, líder do movimento do Clube dos 13 e presidente do São Paulo, Carlo Miguel Aidar fala sobre as intenções da associação:

Nossa posição está decidida. Só disputamos o Campeonato Brasileiro com 13 clubes... Estamos apresentando nossa desfiliação da Associação Brasileira de Clubes e fundando a União dos Grandes Clubes Brasileiros, o “Clube dos 13”... Chega de estádios vazios, de competições deficitárias, de regulamentos enrolados, de processos na Justiça. Tínhamos que tomar uma providência. Não sei se o nosso movimento é legal em termos jurídicos, mas posso garantir que é legítimo. É a única maneira de salvar o futebol brasileiro (HELAL, 1997, p. 87)

O Clube dos 13 não conseguiu realizar o campeonato que pretendia com treze participantes. Depois de disputas políticas com a CBF, em 1987, Clube dos 13 organizou a Copa União, que reunia os treze membros da associação além de outros três convidados (Coritiba, Santa Cruz e Goiás).

Atualmente, o Clube dos 13 possui 20 membros. Outros sete clubes se juntaram aos fundadores. São eles: Coritiba, Atlético-PR, Portuguesa, Vitória, Goiás, Guarani e Sport. No entanto, o discurso de modernização do futebol brasileiro esbarrou na prática amadora dos dirigentes – principalmente de alguns clubes que fazem parte do Clube dos 13 –, bem como na estrutura institucional do esporte no país – são as federações que têm poder de decisão no âmbito nacional, não os clubes.

A Confederação Sul-Americana de Futebol (Conmebol) é o órgão máximo do futebol na América do Sul. Tem no total dez membros filiados, inclusive a CBF

(FIGURA 06). A Conmebol, sediada no Paraguai, promove anualmente campeonatos de clubes (Taça Libertadores da América e Copa Sul-americana) e a cada dois anos a Copa América, que reúne as dez seleções filiadas além de convidados. A Conmebol também organiza as Eliminatórias para a Copa do Mundo da Zona Sul-Americana, que classifica de quatro a cinco³⁷ representantes no campeonato mundial de seleções.

FIGURA 06 - ORGANOGRAMA DA CONMEBOL – FEDERAÇÕES E CONFEDERAÇÕES FILIADAS



Fonte: Adaptado do Site oficial da Conmebol

A Confederação Sul-Americana de Futebol, a Conmebol, é formada por dez associações nacionais. Da esquerda para a direita: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela.

A Conmebol é uma das seis confederações continentais filiadas a Fifa (Fédération Internationale de Football Association), a entidade máxima do futebol mundial (FIGURA 07), com sede em Zurique, na Suíça. Fundada em 1904 – pelas associações nacionais de França, Bélgica, Dinamarca, Países Baixos, Espanha, Suécia e Suíça – hoje conta com 205 membros.

O representante legal da Fifa é o seu presidente, atualmente o suíço Joseph Sepp Blatter, que tem um mandato renovável de quatro anos. No total, são sete vice-presidentes, seis são nomeados pelas confederações continentais³⁸ e o outro é indicado pelas quatro associações britânicas³⁹. A presidência deve comandar os

³⁷ As Eliminatórias da Zona Sul-America são disputadas no sistema de pontos corridos. Depois de jogarem todos contra todos por duas vezes, se classificam automaticamente os quatro primeiros colocados. O quinto colocado disputa uma repescagem com a seleção campeã das Eliminatórias da Zona da Oceania.

³⁸ Os vice-presidentes nomeados pelas confederações continentais são: dois europeus, dois americanos, um africano e um asiático.

³⁹ O Reino Unido não existe perante a Fifa, que o considera como quatro países separados. Assim, existem quatro federações britânicas: Inglaterra, Escócia, País de Gales e Irlanda do Norte.

Congressos do Comitê Executivo, composto por 24 membros⁴⁰, e do Comitê de Urgência. Cabe ao Comitê Executivo nomear o secretário-geral da Fifa que tem como uma de suas funções decidir datas e locais para as competições organizadas e promovidas pela Fifa.

De acordo com seu estatuto, a Fifa tem como objetivos:

- Melhorar o jogo de futebol constantemente e promovê-lo globalmente sob a luz de seus valores unificantes, educacionais, culturais e humanitários, particularmente para a juventude e programas de desenvolvimento;
- Organizar suas próprias competições internacionais;
- Dispor regulamentos e provisões e assegurar suas execuções;
- Controlar o Futebol em todas as suas formas tomando os caminhos apropriados para prevenir infrações ao Estatuto, regulamentos ou decisões da Fifa ou das Leis do Jogo;
- Prevenir todos métodos ou práticas que possam pôr em risco a integridade de partidas ou competições ou dar origem a abuso do Futebol em todas as suas formas.

(Fonte: adaptado do estatuto da Fifa, disponível no Site oficial da Fifa)

De fato, a Fifa exerceu um papel fundamental no que diz respeito à popularização do futebol no mundo. As iniciativas do ex-presidente, o brasileiro João Havelange – 24 anos no cargo – para a difusão do esporte em locais em que ele não era popular foram de grande valia. Porém, questões políticas da instituição dão margem a discussões. Os contratos de patrocínio da Fifa, as trocas de favores entre associações nacionais e a entidade máxima do futebol, as escolhas de sedes de Copas do Mundo e a existência de torneios como a Copa das Confederações são exemplos de assuntos bastante controversos acerca da administração e política institucional da Fifa.

A Fifa é órgão que regula e promove o futebol no mundo inteiro. Segundo seu estatuto, a Fifa também visa promover relações amistosas entre seus membros, confederações, clubes, árbitros e jogadores, através de regulamentos e princípios do *Fair Play* (jogo limpo), bem como promovê-las na sociedade em geral.

A Campanha do *Fair Play* (FIGURA 08) não se restringe a promoção do jogo limpo dentro dos campos de futebol, mas também pretende estender esta prática à sociedade global, através do exemplo da demonstração de justiça, imparcialidade e solidariedade. Esta iniciativa da Fifa promoveu modificações no *ethos* futebolístico mundial. A incorporação dos valores do *Fair Play* nas partidas, através de gestos de cavalheirismo entre jogadores, provocou uma mudança de mentalidade dentro e fora

⁴⁰ O Comitê Executivo é formado por 24 membros: o presidente; os sete vice-presidentes; e dezesseis componentes escolhidos de acordo com o continente (cinco europeus, quatro americanos, três africanos, três asiáticos e um da Oceania).

de campo. Questões éticas passaram a ter maior destaque e a permear as competições esportivas.

FIGURA 07 - ORGANOGRAMA DA FIFA



Fonte: Adaptado do Site oficial da Fifa

As seis confederações e continentais que são filiadas a Fifa são, da esquerda para a direita: Asiática, Africana, Uefa (Européia), Conmebol (Sul-Americana), da Oceania e Concacaf (América Central e do Norte).

FIGURA 08 - CAMPANHA DO FAIR PLAY



Fonte: Site oficial da Fifa

A logo da Campanha do *Fair Play* é internacionalmente conhecida e está presente nos estádios em todas as competições da Fifa. Tal iniciativa apresenta resultados dentro dos campos – atos de solidariedade e companheirismo são estimulados – e fora deles. A Fifa mantém ações conjuntas com órgãos como UNICEF, WHO, ILO, promovendo programas contra o racismo, o trabalho infantil, o desrespeito aos direitos das crianças, entre outros, bem como ações humanitárias, como o recente exemplo da campanha de arrecadações para ajuda às vítimas da Tsunami, na Ásia.

Os membros da Fifa (associações nacionais) possuem direitos e deveres. De acordo com o estatuto da Fifa, os direitos são: participar do Congresso; dispor propostas para a inclusão na agenda do Congresso; nomear candidatos para a presidência da Fifa; participar das competições organizadas pela Fifa; participar dos programas de desenvolvimento e assistência da Fifa; exercer todos os outros direitos que venham a surgir no seu Estatuto e em outras regulamentações. Os deveres são: obedecer completamente o Estatuto, regulamentações, diretrizes e

decisões da Fifa em qualquer tempo; participar das competições organizadas pela Fifa; pagar suas subscrições de membro; assegurar que seus próprios membros obedeçam ao Estatuto, regulamentações, diretrizes e decisões da Fifa; respeitar as Regras do Futebol; obedecer todos os outros deveres que venham a surgir neste Estatuto e em outras regulamentações. Desta forma, os membros da Fifa estão sujeitos a punições.

As regras do futebol são formuladas e modificadas pela *International Football Association Board* (IFAB), entidade ligada à Fifa e composta por vinte delegados, que se reúnem anualmente ou quando houver necessidade. As federações britânicas possuem quatro delegados cada. Os outros quatro são indicados pelos demais membros da Fifa. Para a realização de qualquer modificação nas regras do futebol deve haver uma aceitação de pelo menos 75% dos membros votantes. Desta forma, a IFAB é acusada de conservadora, apesar do futebol ter apresentado modificações lentas porém contundentes nas suas regras, como aponta TOLEDO “O futebol passou por inúmeras adaptações e modificações, o que dinamizou e alterou radicalmente as formas de praticá-lo, embora muitos ainda hoje denunciem o conservadorismo dos legisladores que zelam pela manutenção de suas regras” (TOLEDO, 2000, p. 21). No entanto, uma das razões do futebol ser largamente praticado em todo o mundo é o número reduzido e a simplicidade das regras. Desta forma, o aparente conservadorismo da IFAB garante tal simplicidade.

Os clubes também se relacionam com empresas (patrocinadoras, fornecedoras e de serviços) e com instituições públicas. As empresas patrocinadoras permitem, através de acordos, o aumento das receitas do clube. Os patrocinadores podem ser majoritários – que têm o nome estampado nas camisas do clube, entre outras coisas – e minoritários – possuem placas no estádio, em painéis, etc. As fornecedoras também são fundamentais para o funcionamento do clube. Dentre eles se destacam os fornecedores de materiais esportivos (bolas, camisas, calções, etc.), que têm sua marca exposta no uniforme da equipe. As empresas de serviço são quaisquer outras que, de alguma maneira, prestam serviços ao clube. Estas empresas também se relacionam diretamente com os atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol.

A ligação do poder público com o futebol já foi maior no Brasil, na época em que os governos nacional e local bancavam a construção e a manutenção dos estádios (em alguns lugares continuam bancando). No entanto, a relação clube-governo é de extrema importância política para os clubes.

Há um projeto de uma loteria, chamada Timemania, criada pelo governo federal a fim de sanear as dívidas dos clubes com o INSS, FGTS e Receita Federal. A loteria utilizaria os símbolos de 80 clubes do Campeonato Brasileiro. A arrecadação estimada pelo governo federal (Site do Ministério do Esporte) é de R\$ 500 milhões por ano. Uma parte deste dinheiro iria para os clubes participantes, que em contrapartida deverão publicar seus balanços financeiros, contratar uma auditoria independente e aderir a programas sociais do governo.

A rede sócio-espacial do futebol a partir do Curitiba Foot Ball Club, que será traçada no capítulo seguinte, se articula através de atores sócio-espaciais e de instituições futebolísticas. É a partir destas que se estruturam as relações dos atores sócio-espaciais, seja porque estão vinculados às instituições, seja porque as tomam como referencial afetivo. No entanto, antes de se traçar esta rede sócio-espacial, é preciso analisar o espaço de representação do futebol paranaense.

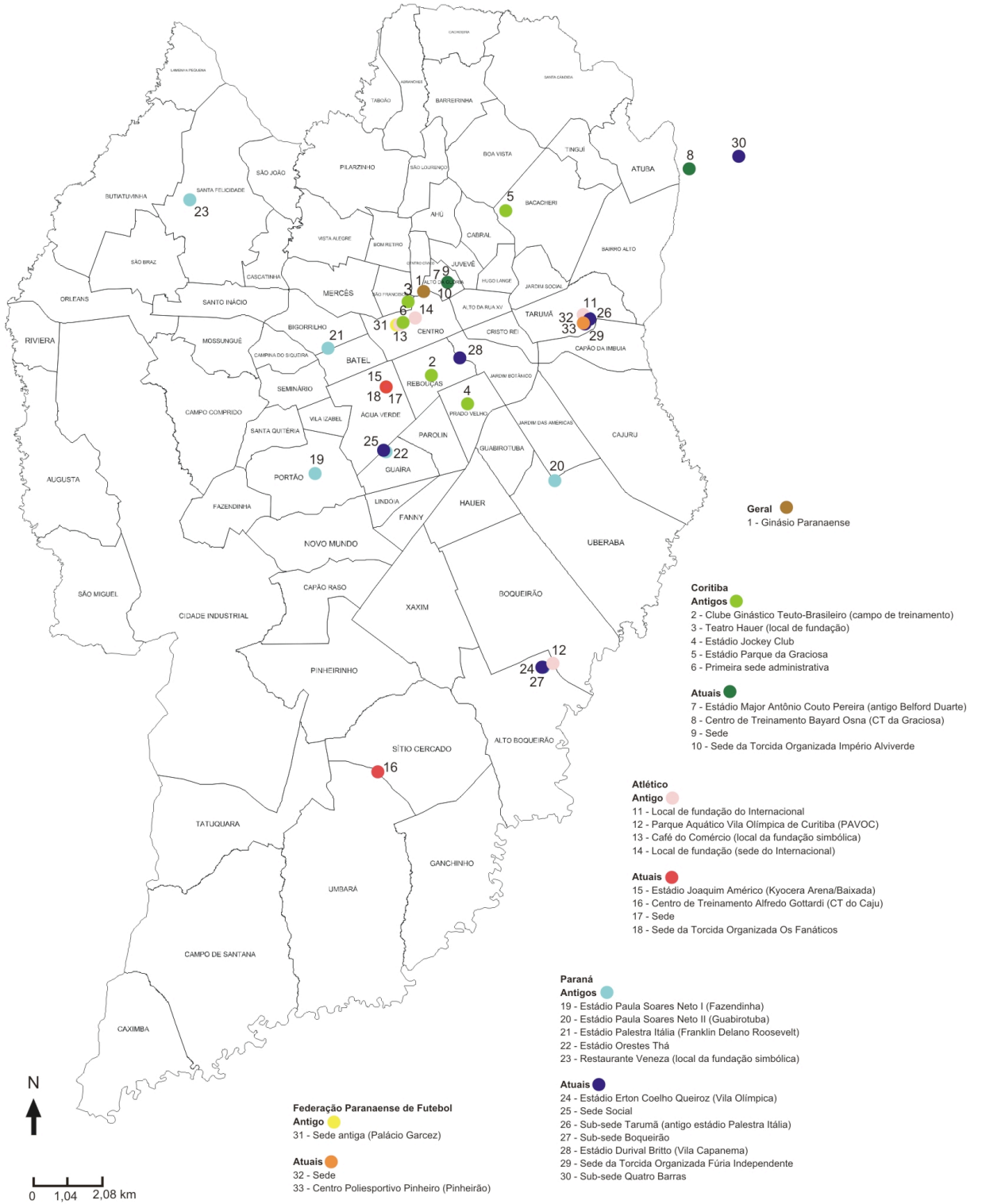
3 ELEMENTOS DO ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL PARANAENSE

3.1 O surgimento do futebol no Paraná e a fundação dos primeiros clubes

O futebol chega no Paraná, no ano de 1903, através do médico Victor Ferreira do Amaral, que traz do Rio de Janeiro a primeira bola de futebol e um livro de instruções a fim de introduzir o novo esporte na programação das aulas de Educação Física da cidade de Curitiba, promovendo partidas informais no Ginásio Paranaense – onde hoje se localiza o Colégio Estadual do Paraná. (MACHADO; CHRESTENZEN, 2005). Esta versão contrasta com a contada no livro “Curitiba Foot Ball Club: emoção alviverde” (GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000) que atribui ao episódio da chegada de Frederico Essenfelder do Rio Grande do Sul, com uma bola de futebol, no ano de 1909, a origem do futebol no estado. Fritz – apelido de Essenfelder – levou a novidade ao Clube Ginástico Teuto-Brasileiro, onde o esporte ganhou diversos adeptos. Os atletas do clube praticavam o novo esporte no campo do quartel da Força Pública, atrás do atual Quartel da Polícia Militar, entre as ruas Marechal Floriano e João Negrão (CARTOGRAMA 02)⁴¹.

⁴¹ O Cartograma XX apresenta a localização das diversas estruturas do futebol em Curitiba (estádios, centros de treinamento, sedes, etc.). Estas estruturas, que serão mencionadas no decorrer do capítulo estão classificadas por clubes e como atuais ou antigas. Percebe-se que elas se localizam predominantemente no centro da cidade.

CARTOGRAMA 02 - ESTRUTURAS DO FUTEBOL DE CURITIBA



Fonte: Pesquisa de campo

Segundo o site www.futebolpr.com.br⁴², a primeira tentativa de se fundar uma instituição futebolística em Curitiba se deu em 1908. Alguns jovens colocaram um anúncio em um jornal convidando interessados a fundar um clube, o Internacional. De fato, este chegou a ser fundado, em uma reunião na Confeitaria Hencke, mas, por falta de jogadores e adversários, acabou se extinguindo em pouco tempo.

Mas o fato que inaugura simbolicamente o espaço de representação do futebol de Curitiba acontece no dia 12 de outubro de 1909, quando Fritz e os rapazes do Teuto-Brasileiro foram convidados pelos “ingleses⁴³” do Club de Foot-Ball Tiro Pontagrossense para realizar uma excursão a Ponta Grossa, na qual seria disputada primeira partida oficial de futebol no Paraná. O jogo – que ocorreu no dia 23 de outubro de 1909 – terminou com a derrota dos curitibanos pelo placar de 1x0, mas os jovens de origem alemã definitivamente se empolgaram com o esporte e resolveram organizar a primeira instituição clubística de futebol do Paraná – o Corytibano Foot Ball Club, fundado em 30 de janeiro de 1910 (no Teatro Hauer, esquina da Rua 13 de Maio com a Rua Mateus Leme). No entanto, em sua ata de fundação, consta a data do convite dos proutagrossenses. Meses depois o clube muda seu nome para Corytiba Foot Ball Club a fim de evitar confusão com o já existente Clube Curitibano⁴⁴. O nome do clube sofre uma nova mudança, em 1915. Desta vez a razão foi a reforma ortográfica da língua portuguesa. O “y” é retirado do alfabeto e o clube troca seu nome para Coritiba.

O primeiro estatuto de um clube de futebol paranaense foi aprovado, em 21 de abril de 1910, pelo Coritiba – ainda com o nome de Corytibano. Dentre outras coisas o estatuto postulava sobre o uniforme do clube, um dos seus símbolos: “Bonet verde e branco, camisa de flanela verde e branca, cinto verde estreito, calça branca curta, meias compridas, sem compromisso de cor, sapatos amarelos, apropriados para o campo” (MACHADO; CHRESTENZEN, 2005, p. 14) (FIGURA 09). As cores da camisa eram uma homenagem às cores do estado. Desde sua fundação o clube procurou uma identificação com o estado e com a cidade, por símbolos, cores e o próprio nome.

Sete anos depois, o Coritiba passaria a adotar também como uniforme camisas brancas com escudo no lado esquerdo do peito, calções pretos e meias brancas (FIGURA 10). O escudo do uniforme de 1916 originaria o atual emblema

⁴² Este abrigou, até 2005, o site oficial da Federação de Futebol do Paraná.

⁴³ O Club de Foot-Ball Tiro Pontagrossense era uma equipe formada por engenheiros ingleses e demais trabalhadores que participavam da construção da ferrovia entre São Paulo e Rio Grande do Sul, em Ponta Grossa.

⁴⁴ O Clube Curitibano é um tradicional clube social da cidade que existe até hoje.

oficial do Coritiba. A diferença básica é que o antigo não contava com as inscrições “Coritiba Foot Ball Club” e “Paraná”. O atual estatuto descreve o emblema oficial do Coritiba (FIGURA 11), dizendo que é constituído

por um círculo, simbolizando o globo terrestre; nas partes superior e inferior, desenho raiado, lembrando calotas polares em visual de alto relevo; em torno do círculo, no interior de duas linha paralelas periféricas, está grafado o nome CORITIBA FOOT BALL CLUB, por extenso, com a grafia PARANÁ no espaço inferior; e, com destaque no centro de globo, as iniciais CFC (CORITIBA FOOT BALL CLUB, 2003).

FIGURA 09 - PRIMEIRO UNIFORME DO CORITIBA - 1909



Uniforme de 1909

Fonte: Dados extraídos de GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000

FIGURA 10 - UNIFORME DE 1916



Uniforme de 1916

Fonte: Dados extraídos de GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000

FIGURA 11 - EMBLEMA OFICIAL DO CORITIBA



Fonte: Site Oficial do Coritiba Foot Ball Club

O estatuto também prevê que sempre que o clube conquistar um título nacional ou internacional de futebol profissional, uma estrela alusiva será colocada acima do emblema. Esta estrela simboliza a conquista do Campeonato Brasileiro de 1985

No site oficial do Coritiba⁴⁵ consta que o desenho raiado do escudo do clube representa doze pinhões estilizados, uma referência à data de fundação do Coxa.

Precisando de um local para disputar suas partidas, o Corityba arrendou um campo no miolo da pista do Jockey Club de Curitiba, onde atualmente funciona um *campi* da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, no bairro do Prado Velho (FOTO 07). Devido à distância do centro da cidade e o preço do aluguel, o clube se muda para o Parque da Graciosa, no Juvevê (FOTO 08). Começava, então, uma identificação do clube com esta região da cidade, já que de lá o clube nunca mais saiu. Depois de ficar cinco anos sem estádio, o Coritiba se mudaria para o Alto da Glória, bairro vizinho, em 1932, com a inauguração do estádio Belford Duarte (atual Couto Pereira) (FOTO 09). O Parque da Graciosa não se limitava a um estádio, mas também um local de convivência dos torcedores coritibanos:

O Graciosa também era chamado de “Barcarola”, nome de um bar que ficava ao lado e onde as pessoas se reuniam para falar do futebol, do Coritiba e da vida.

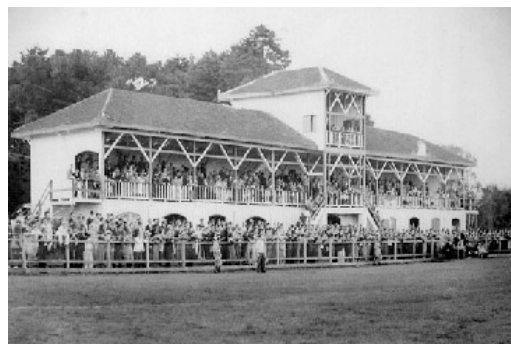
Além do campo, arrendado pelo Coritiba, havia no Graciosa um parque social com cervejaria e playground. Graças a mais investimentos dos Iwersen, também nasceram ali o Country Club e o Paraná Tennis Club (origem do atual Circulo Militar). Vê-se que o futebol era, indubitavelmente, um esporte de elite (GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000, p. 18)

FOTO 07 - ESTÁDIO JOCKEY CLUB



Fonte: Adaptado do Site www.historiadocoritiba.com.br

FOTO 08 - ESTÁDIO PARQUE DA GRACIOSA



Fonte: Adaptado do Site www.temposdofutebol.hpg.ig.com.br

⁴⁵ Site oficial do Coritiba Foot Ball Club

FOTO 09 - ESTÁDIO BELFORD DUARTE



Fonte: Adaptado do Site www.temposdofutebol.hpg.ig.com.br

O fato futebolístico e a prática social do futebol se popularizam em Curitiba e no Paraná e, em 1912, surgem importantes clubes no estado. O primeiro deles é o Operário Ferroviário Esporte Clube, de Ponta Grossa. Em Curitiba, são fundados o Paraná Sport Club (por funcionários do London Bank) e o International Foot-Ball Club, um dos clubes que originaria o Clube Atlético Paranaense. O International foi fundado por vinte sócios do Jóquei Clube Paranaense, na própria sede da instituição. Curiosamente, dentre os fundadores do clube alvinegro estava antigos membros do Coritiba, as famílias Leão e Maeder⁴⁶. Sendo assim, os grandes rivais Atlético e Coritiba possuem fortes ligações históricas.

Um ano depois o futebol chega à cidade de Palmeira – através do Ipiranga FC – e em Paranaguá – com a fundação dos clubes Rio Branco SC, Brasil FC e Paranaguá FC. Nos anos seguintes são fundados diversos outros clubes no interior – como o Iraty e o Guarani (Ponta Grossa) – e na capital – Savóia, Spartano, Bela Vista, Água Verde e Britânia, originado de uma fusão entre dois clubes (Tigre e Leão).

Como não era possível a realização constante de amistosos entre clubes, a alternativa era organizar torneios internos nos clubes. Nestes torneios vários times formados por sócios e freqüentadores se enfrentavam. No entanto, as relações de poder, dentro da instituição, provocavam conflitos. As equipes consideradas “inferiores” contestavam os privilégios que gozavam o time dito “principal”. Em alguns casos estas equipes se rebelavam e fundavam um novo clube. Foi o caso de América e Americano, oriundos do Internacional. Criava-se uma nova identidade futebolística, bem como novos símbolos para legitimar a instituição futebolística nascente.

⁴⁶ Site oficial do Coritiba e Site www.futebolpr.com.br.

O espaço de representação do futebol de Curitiba tem o seu primeiro contato com o futebol de outros estados em 1914. O Flamengo, clube do Rio de Janeiro, onde o espaço de representação do futebol já estava estruturado há mais tempo, goleou o Internacional por 7 a 1. A partida marcou a inauguração da Baixada – estádio, que receberia posteriormente o nome de Joaquim Américo, um dos fundadores do Internacional. O estádio, construído um ano antes e que deu origem a atual Arena da Baixada, se localizava no bairro do Água Verde e pertencia ao Internacional.

A primeira tentativa de se organizar um campeonato estadual foi no ano de 1913, mas a idéia só se concretizou em 1915. O jogo inaugural foi na Baixada, entre os rivais Internacional e América, que posteriormente se fundiriam formando o Atlético. Os anos seguintes presenciaram o primeiro título do Coritiba, além do hexacampeonato do Britânia – a maior seqüência de conquistas do estado, que só foi igualada pelo Coritiba na década de 1970 (QUADRO 04).

QUADRO 04 - CAMPEÕES PARANAENSES

ANO	CAMPEÃO	VICE	ANO	CAMPEÃO	VICE
1915	Internacional	Paraná SC	1961	Comercial	Operário
1916	Coritiba	Britânia	1962	Londrina	Coritiba
1917	América	Internacional	1963	Grêmio Maringá	Ferroviário
1918	Britânia	Internacional	1964	Grêmio Maringá	Seletos
1919	Britânia	Coritiba	1965	Ferroviário	Grêmio Maringá
1920	Britânia	Coritiba	1966	Ferroviário	União Bandeirante
1921	Britânia	Palestra Itália	1967	Água Verde	Grêmio Maringá
1922	Britânia	Savóia	1968	Coritiba	Atlético
1923	Britânia	Operário	1969	Coritiba	União Bandeirante
1924	Palestra Itália	Operário e Coritiba	1970	Atlético	Coritiba
1925	Atlético	Savóia e Operário	1971	Coritiba	União Bandeirante
1926	Palestra Itália	Atlético e Operário	1972	Coritiba	Atlético
1927	Coritiba	Atlético	1973	Coritiba	Atlético
1928	Britânia	Atlético	1974	Coritiba	Atlético e Colorado
1929	Atlético	Operário	1975	Coritiba	Colorado
1930	Atlético	Operário	1976	Coritiba	Colorado
1931	Coritiba	Guarani	1977	Grêmio Maringá	Coritiba
1932	Palestra Itália	Operário	1978	Coritiba	Atlético
1933	Coritiba	Nova Rússia	1979	Coritiba	Colorado
1934	Atlético	Operário	1980	Colorado	Cascavel
1935	Coritiba	Olinda	1981	Londrina	Grêmio Maringá
1936	Atlético	Coritiba e Operário	1982	Atlético	Colorado
1937	Ferroviário	Operário	1983	Atlético	Coritiba
1938	Ferroviário	Operário	1984	Pinheiros	Coritiba
1939	Coritiba	Pinheiral	1985	Atlético	Pinheiros
1940	Atlético	Operário	1986	Coritiba	Pinheiros
1941	Coritiba	Jacarezinho	1987	Pinheiros	Atlético
1942	Coritiba	Ferroviário	1988	Atlético	Pinheiros
1943	Atlético	Coritiba	1989	Coritiba	União Bandeirante
1944	Ferroviário	Coritiba e Atlético	1990	Atlético	Coritiba

1945	Atlético	Coritiba	1991	Paraná Clube	Atlético
1946	Coritiba	Ferroviário	1992	Londrina	União Bandeirante
1947	Coritiba	Ferroviário	1993	Paraná Clube	Londrina
1948	Ferroviário	Atlético	1994	Paraná Clube	Londrina
1949	Atlético	Ferroviário	1995	Paraná Clube	Coritiba
1950	Ferroviário	Coritiba	1996	Paraná Clube	Coritiba
1951	Coritiba	Jacarezinho	1997	Paraná Clube	Atlético
1952	Coritiba	Palestra Itália	1998	Atlético	Coritiba
1953	Ferroviário	Cambaraense	1999	Coritiba	Paraná Clube
1954	Coritiba	Jacarezinho	2000	Atlético	Coritiba
1955	Monte Alegre	Ferroviário	2001	Atlético	Paraná Clube
1956	Coritiba	Guarani	2002	Iraty	Grêmio Maringá
1957	Coritiba	Ferroviário	2002	Atlético	Paraná Clube
1958	Atlético	Operário	2003	Coritiba	Paranavaí
1959	Coritiba	Londrina	2004	Coritiba	Atlético
1960	Coritiba	Mandaguari	2005	Atlético	Coritiba

Fonte: Adaptado do Site oficial da Federação Paranaense de Futebol

A série de títulos do Britânia só foi interrompida, pelo Palestra Itália, em 1924 – o mesmo ano da fundação do Clube Atlético Paranaense. Este nasceu de uma fusão entre Internacional – clube aristocrático que passava por uma difícil situação financeira – e o popular América. O nascimento simbólico do novo clube se deu no Café do Comércio, na tradicional e badalada Rua XV de Novembro, como conta a Revista Lance! edição especial sobre o Atlético:

Numa manhã qualquer de 1924, a conversa rolava solta num concorrido café da região. Reduto tradicional, no meio da quadra entre as ruas Marechal Floriano e Monsenhor Celso, o Café do Comércio abrigava políticos, homens de negócios e toda sorte de comerciantes. Em meio ao burburinho geral, discutiam de forma preocupada Arnaldo Loureiro de Siqueira, Arcesio Guimarães e Joaquim Narcizo de Azevedo. Os três dirigentes do Internacional, popular clube da cidade, temiam pelo futuro do time.

Envolvidos em todo tipo de problema, especialmente de ordem financeira, os dirigentes procuravam uma saída digna para a crise. Pensavam, inclusive, numa fusão. Até um candidato para realizar a união já havia se manifestado. Luiz Guimarães, dirigente do América, outro clube que estava mais pra lá do que pra cá, havia declarado interesse, e aguardava um posicionamento dos colegas do Internacional. O papo foi ficando animado e atraiu a curiosidade de todos os presentes. Não demorou muito e o “curioso oficial” do Café do Comércio, o velho engraxate Pires, espalhou calorosamente a notícia pelas ruas da cidade: “Olha! Estão tratando da fusão do Internacional e do América. Vai ter novidade. Eu ouvi qualquer coisa de Atlético!”, revelava empolgado⁴⁷.

A fundação oficial do Clube Athletico Paranaense foi acordada no dia 21 de março de 1924, na sede do Internacional, também na Rua XV de Novembro. Na reunião foi empossada a primeira diretoria e decidido as cores do clube: vermelha –

⁴⁷ Revista Lance! série grandes clubes 2005 – Atlético, 2005, p. 13.

herança do América – e preta – proveniente do Internacional (FIGURA 12). Este episódio demonstra a força dos símbolos que os clubes constroem durante sua história e as relações de poder entre os dois fundadores, que queriam perpetuar suas cores no novo clube. Curiosamente, no primeiro jogo de sua história, contra o Universal, o Atlético jogou com as camisas do Internacional (alvinegras), pois o novo uniforme com listras horizontais vermelhas e pretas não havia ficado pronto (FIGURA 13).

FIGURA 12 - FUSÃO DE AMÉRICA E INTERNACIONAL E EVOLUÇÃO DO DISTINTIVO DO ATLÉTICO

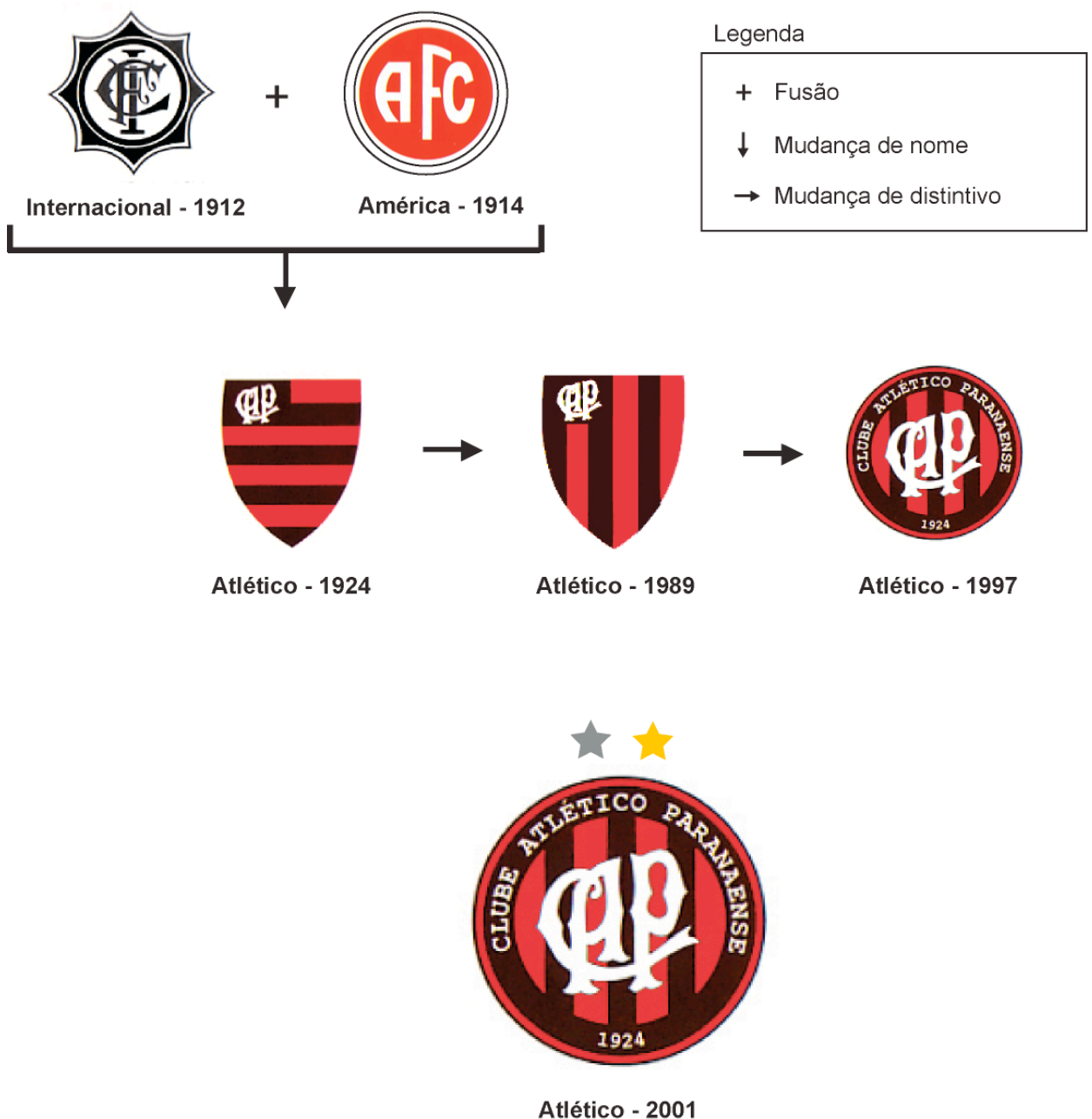
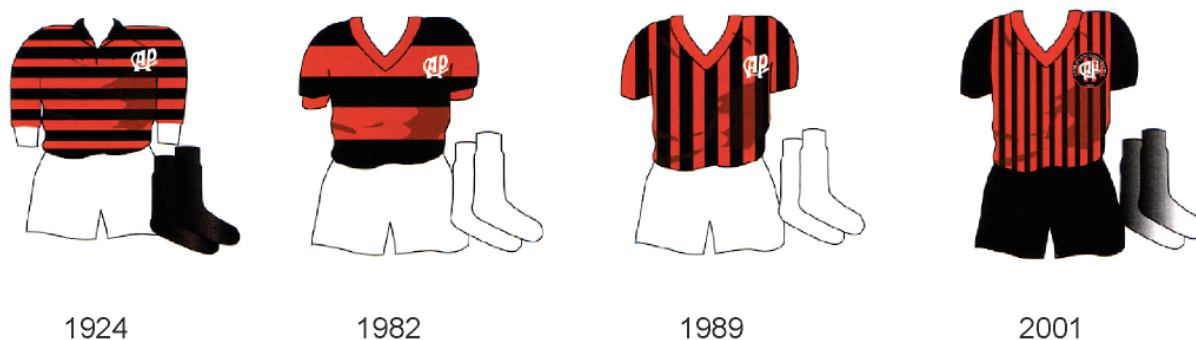


FIGURA 13 - UNIFORMES DO CLUBE ATLÉTICO PARANAENSE



Fonte: Revista Lance! série grandes clubes 2005 – Atlético, 2005.

Até 1982, o Atlético usava um uniforme com finas listras horizontais em vermelho e preto. A partir deste ano, o clube passou a utilizar um uniforme com listras mais grossas. Em 1989, os símbolos do clube passaram por uma reformulação e tanto o emblema quanto o uniforme passaram a trazer listras verticais nas cores do clube. Outra reformulação foi feita em 1997, quando o clube passou a adotar um emblema com a inscrição “Clube Atlético Paranaense – 1924”. O uniforme também foi alterado passando a ter calções e meias retos. O uniforme de 2001 tem grande importância simbólica devido a conquista do título de Campeão Brasileiro, que rendeu a adição de duas estrelas acima do emblema: uma dourada (aludindo ao próprio título de 2001) e uma prateada (referente a conquista da Série B, em 1995, sobre o Coritiba).

3.2 Atletiba, a grande rivalidade estadual

A fusão marca o final da maior rivalidade clubística da época, entre América e Internacional. Desta maneira, cria-se o cenário para que uma nova rivalidade, entre Coritiba e Atlético, surgisse. Esta seria muito mais intensa e duradoura, um mito (COELHO; CARNEIRO NETO, 1994).

Os dois clubes possuíam uma identidade muito forte com determinados setores da sociedade curitibana. O Coritiba, fundado por imigrantes alemães e descendentes, tinha como a maioria de seus associados membros desta comunidade. Isto, inclusive, rendeu o apelido de “coxa branca” ao clube, seus torcedores e profissionais. A alcunha foi inventada, em 1939, pelo futuro presidente atleticano Jofre Cabral em uma tentativa de provocar o clube alviverde, alegando que nele só jogavam alemães. O dirigente atleticano, aludindo ao nazismo, chamava o zagueiro Hans Egon Breyer de “quinta-coluna” e de “coxa branca”. De fato, quando criado, o apelido incomodava os coritibanos, pois alegavam não serem racistas, mas com o tempo ele foi assimilado e adotado pelos diversos atores sócio-espaciais do clube e ligados a ele. A identificação com a comunidade alemã gerou diversas representações sociais de que o Coritiba não admitia negros entre seus atletas, que era um clube racista. O presidente desta época, o cearense Major Antônio Couto Pereira, negava o suposto preconceito racial, dizendo que o Coritiba teve um negro, Moacir Gonçalves, como um dos seus símbolos no início dos anos 1930. “Dizia

também que o clima frio dera à cidade uma maioria européia e que, mesmo assim, o clube estivera aberto a todas as raças. (...). Para Couto Pereira, a cor não tinha absolutamente nenhuma influência. ‘Bastava ser bom e o jogador vestia a camisa coritibana’, argumentava” (GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000, p. 31). Apesar das acusações de racismo dos atleticanos, o clube contou com um negro defendendo suas cores, em 1931, antes de seu rival. Este clube se identificava com a elite curitibana – herança do Internacional (MACHADO; CHRESTENZEN, 2005). Tinha em seu quadro associativo diversos empresários e membros de famílias tradicionais da cidade. A aristocracia do clube é simbolizada através de sua mascote, um cartola (FIGURA 14). O dirigente atleticano Lauro Rego Barros, a fim de tentar mudar estas representações sociais acerca de seu clube, realizou, em 1973, uma campanha denominada “Clube do Povão”⁴⁸. Atualmente, o Atlético também adota como sua mascote o furacão, homenagem ao apelido do clube. A nova mascote foi adotada nas recentes campanhas de marketing e de modernização do clube (FIGURA 15). Já a mascote coritibana, um vovô – alusão a ser o clube mais antigo da cidade –, demonstra o tradicionalismo do Coxa (FIGURA 16).

FIGURA 14 - CARTOLA



Fonte: Site da Placar

FIGURA 15 - FURACÃO



Fonte: Site da Gazeta Esportiva

FIGURA 16 - VOVÔ



Fonte: Site oficial do Coritiba Foot Ball Club

⁴⁸ Site www.furacao.com

As identidades que estes clubes mantinham com setores da cidade contribuíram para a rivalidade entre os dois, bem como no estabelecimento de identidades futebolísticas e no surgimento de paixões clubísticas.

O primeiro Atletiba – apelido do confronto entre as duas equipes –, que ocorreu no ano da fundação do rubro-negro, foi vencido pelo Atlético por 2x0, no campo do Água Verde. No entanto, o primeiro jogo oficial entre as duas equipes, válido pelo campeonato estadual, foi vencido pelo Coritiba. A partida, realizada no Parque Graciosa, terminou em 6x3, com quatro gols do craque alviverde Ninho⁴⁹.

Este jogo se repetiria por muitas vezes nos mais diversos campeonatos, seja estaduais ou nacionais (FOTO 10). Um destes confrontos foi simbolicamente decisivo na consolidação da rivalidade: o Atletiba do segundo turno do campeonato de 1926. Esta partida trazia à tona o episódio acontecido no primeiro turno, quando o Coritiba vencia o primeiro encontro com um gol polêmico⁵⁰ e os atleticanos abandonaram o campo por discordar da marcação. O jogo do segundo turno foi repleto de jogadas violentas e reclamações. Em um destes lances o árbitro Maximino Zanon foi xingado por um jogador e se recusou a continuar apitando a partida. O jogador expulso, apoiado por seus companheiros, resolveu que não iria sair do campo. Um segundo árbitro foi chamado para prosseguir o jogo, mas também não conseguiu levar a partida ao fim, pois não suportou as reclamações dos atleticanos de que houvera impedimento no gol marcado pelo Coritiba. Foi necessário um terceiro árbitro, Moacir Gonçalves, para concluir a partida – que acabou com um empate em 2x2 (MACHADO; CHRESTENZEN, 2005).

No ano seguinte, o Coritiba se sagraria campeão com dois pontos a mais do que o vice, seu rival rubro-negro. O Atlético se afirmaria como um grande clube paranaense ao vencer o seu primeiro bicampeonato estadual nos anos de 1929-30. O time rubro-negro conseguiu o feito sem perder uma partida sequer dentro de campo. A única “derrota” foi para o Palestra Itália, em 1930. Já campeão, o Atlético havia marcado uma excursão para Joinville e preferiu viajar a jogar a última rodada do campeonato estadual.

Em 1932, o Coritiba inaugurava o seu novo estádio, tornando-se o primeiro clube paranaense a possuir um patrimônio imobiliário próprio. O Belford Duarte foi inaugurado no dia 20 de novembro em uma partida em que o Coritiba venceu o América, do Rio de Janeiro, por 4x2. O nome do estádio, inclusive, era uma

⁴⁹ Site www.historiadocoritiba.com.br

⁵⁰ Segundo publicado no jornal “O Dia”, o gol do Coritiba teria sido ilegítimo, pois a bola não havia ultrapassado a linha ao tocar no travessão, pingar no chão e voltar ao campo.

homenagem a um jogador do clube carioca, considerado o mais leal do futebol brasileiro⁵¹. Foi realizada uma festividade com uma marcha que saiu da Rua Conselheiro Carrão, passando por diversos pontos da região central da cidade – como o Largo da Ordem, Praça Tiradentes, Rua XV de Novembro, entre outros – até o estádio, “onde aconteceram diversas solenidades: a benção do gramado pelo arcebispo Dom João Braga, discursos de autoridades e um avião, fazendo vôo rasante sobre o local, lançou a bola do jogo que caiu próximo ao centro do campo (MACHADO; CHRESTENZEN, 2005, p. 82). A festa reuniu mais de cinco mil pessoas e teve repercussão nacional, sendo o Belford Duarte considerado o melhor estádio do Sul do país (MACHADO; CHRESTENZEN, 2005).

FOTO 10 - ATLETIBA



Fonte: Site do OndaRPC

O clássico Atletiba é a mais intensa manifestação de rivalidade do espaço de representação de futebol de Curitiba.

O estádio próprio foi idealizado e construído na gestão de um dos maiores presidentes do Coritiba, o major Antônio Couto Pereira⁵². Este militar cearense teve grande importância para o crescimento patrimonial do clube, bem como conseguiu

⁵¹ Belford Duarte também emprestou o seu nome para um prêmio dado, pela CBD, ao jogador brasileiro que se destacasse pela disciplina durante quatro anos, em um mínimo de oitenta partidas. O zagueiro Fedato, um mito da história coritibana, recebeu o prêmio Belford Duarte devido a sua conduta dentro de campo. Atualmente, este prêmio é dado ao jogador que passa dez anos sem ser expulso.

⁵² Revista Lance! Série grande clubes 2005 – Coritiba, 2005.

diversos títulos. Couto Pereira foi o responsável também pela “abertura” do Coritiba para todos, conquistando um grande número de torcedores que não estavam ligados, necessariamente a comunidade alemã⁵³. Couto Pereira demonstrou seu caráter empreendedor logo na sua chegada ao clube. Em 1918, foi eleito primeiro secretário do clube e constatou que não tinha de onde despachar. Transformou, então, o seu próprio escritório – na Rua XV de Novembro, 72 – na primeira sede administrativa do Coritiba. Com o falecimento de Couto Pereira, o estádio do Coritiba recebeu seu nome. O presidente, que esteve à frente do clube por três períodos (1926-27, 1930-33 e 1936-45) tornou-se um mito moderno. Inclusive, em seu último mandato (mais especificamente no ano de 1940), o Coritiba foi convidado a inaugurar mais um estádio, o Pacaembu, em São Paulo-SP, em um jogo contra o Palestra Itália (atual Palmeiras). Isto demonstra o prestígio que o clube alcançou sob o comando de Couto Pereira, expandindo territorialidades do espaço de representação do futebol paranaense.

No ano seguinte da inauguração do Belford Duarte, o profissionalismo era instituído no futebol brasileiro, abrindo-se um mercado de futebol para os jogadores paranaenses, principalmente, para o estado de São Paulo. Os clubes paranaenses demoraram a se adequar ao *ethos* futebolístico do profissionalismo e perderam muitos dos seus craques, tornando-se um centro exportador de jogadores (MACHADO; CHRESTENZEN, 2005). Neste mesmo ano, o sorteio da tabela do campeonato estadual indicava um Athletiba logo na primeira rodada. No entanto, uma epidemia de gripe acometeu a delegação atleticana, ficando impossível realizar a preparação para o clássico. A diretoria rubro-negra pediu aos dirigentes do Coritiba que o jogo fosse adiado. A resposta foi não. Provavelmente, os dirigentes coxas-brancas viram ali uma chance de vencer mais facilmente o seu rival. Entretanto, o time alviverde foi surpreendido, sendo derrotado pelos atleticanos gripados por 2x1. O favoritismo do Coritiba – que além de estar com o time com plenas condições físicas, havia vencido o rival no ano anterior por 5x2 e 6x1 – foi derrubado pelo empenho e dedicação atleticanos. Este jogo ficou conhecido como “O Athletiba da Gripe” e o Atlético, a partir de então, graças à repercussão da vitória na mídia e entre os torcedores, através de representações sociais, ganhou o apelido de “Clube da Raça”.

Foi no clássico Athletiba, de 02 de setembro de 1934, que uma novidade foi introduzida ao futebol paranaense. Neste jogo foi realizada a primeira transmissão

⁵³ Revista Lance! Série grande clubes 2005 – Coritiba, 2005.

radiofônica, pela Rádio Clube Paranaense. Começava, no estado, uma estreita relação entre o futebol e o rádio. Este meio de comunicação foi fundamental para a popularização do futebol e, atualmente, as transmissões de rádio são um elemento praticamente obrigatório no fato futebolístico. Este e a prática social do futebol passavam a ser mediados pelos especialistas, exercendo, assim, poder sobre os torcedores. Conseqüentemente, criou-se um terreno fértil para o surgimento e circulação de representações sociais.

No ano seguinte o Coritiba passaria a usar camisas brancas de mangas curtas com detalhes verdes nas golas (que eram em V) e nos punhos. Outra novidade era o emblema já com as inscrições com o nome do clube e do estado (FIGURA 17).

A primeira final de campeonato estadual entre Coxa e Atlético aconteceu apenas em 1941. O Atlético havia vencido o primeiro turno e o Coritiba, o segundo. Deviam, então, realizar uma série de melhor de três partidas para constatar o campeão. O Coxa levantou a taça após duas vitórias (3x1 e 1x0). Nas partidas decisivas, o Coritiba usou um uniforme muito parecido com o atual primeiro uniforme do clube, com duas listras verdes com o emblema no centro (FIGURA 18 e 19).

Todavia, dois anos depois – e novamente em 1945 – foi o Atlético que se sagrou campeão paranaense derrotando, na final, o maior rival. Destaque para o goleiro Caju, um grande ídolo atleticano que atuou com distinção também na Seleção Brasileira. O goleiro, que se tornou um mito moderno, futuramente emprestaria seu nome para o centro de treinamento atleticano.

Entretanto, o clube alviverde inicia uma grande série de conquistas (foram sete títulos de 1946 até 1957). Este período – no qual o Coritiba reafirma sua hegemonia no futebol paranaense⁵⁴ – pode ser simbolizado através de Fedato – zagueiro e capitão da equipe –, que participou de todas as conquistas desta época (FOTO 11). A importância deste, que foi um dos maiores jogadores da história do clube, é demonstrada neste trecho retirado da Revista Lance! edição especial sobre o Coritiba: “No Coritiba, não é exagero algum taxar um dos maiores momentos da história do clube com o nome de um jogador. No período em que o zagueiro Aroldo Fedato vestiu a tradicional camisa alviverde, o Coritiba sela de vez a condição de maior clube do estado”⁵⁵.

⁵⁴ Até 1946, o Coritiba possuía oito títulos paranaenses, o mesmo número do Atlético e um a menos que o Britânia. A partir deste ano, o Coxa nunca mais foi alcançado em número de campeonatos paranaenses. Foram 7 conquistas em 12 anos.

⁵⁵ Revista Lance! Série grandes clubes 2005 – Coritiba, 2005, p. 25.

FOTO 11 - FEDATO



Fonte: FEDATO; KRAUSS, 2005.

Mesmo assim, os clássicos eram encarados como verdadeiros campeonatos, mexendo com a paixão dos torcedores e com a emoção dos próprios jogadores. O clima de rivalidade era tanto que o esperado Atletiba de dezembro de 1946, decisivo para a definição do campeão paranaense, durou apenas oito minutos devido a confusões no gramado, como relatam Vinicius COELHO e CARNEIRO NETO:

O árbitro Leopoldo Xavier Viana – de tradicional família atleticana – autorizou o início da partida e logo os dois ataques começaram a criar situações para a marcação de gol, levando o grande público ao delírio. Ao (sic) 6 minutos, o atacante coxa-branca, Cezar Frizzio fez 1 a 0 e, dois minutos depois, Jackson assinalou o gol rubro negro. Com 1 a 1 no placar, a torcida contava com o aumento da temperatura dentro do gramado do Alto da Glória.

Na comemoração do gol de Jackson, o ponteiro-esquerdo Cireno foi buscar a bola no fundo das redes e na passagem pelo abatido goleiro Belo, resolveu provocá-lo tirando-lhe o gorrinho da cabeça. Belo, que já estava desolado pelo gol sofrido e não gostava de mostrar a careca, correu atrás de Cireno até o meio-de-campo, e ao alcançá-lo partiu para a agressão. Estabeleceu-se a confusão e o árbitro expulsou de campo o goleiro. Jogadores e dirigentes do Coritiba protestaram, exigindo também a expulsão de Cireno. Como o árbitro manteve a sua decisão, o Coritiba retirou-se de campo.

15 minutos depois, Leopoldo Xavier Viana dava o jogo por encerrado. Dias mais tarde, no tribunal esportivo, o Coritiba foi multado, o goleiro Belo suspenso por duas partidas e o Atlético considerado vencedor pela desistência do adversário. (COELHO; CARNEIRO NETO, 1994, p. 15-16)

O Coritiba realiza uma façanha inédita, em 1947, conquistando o título paranaense em todas as categorias⁵⁶. Este feito rendeu ao clube o apelido de

⁵⁶ As categorias disputadas foram: profissional, aspirantes, amadores e juvenis.

“Campeoníssimo”. Depois de conquistar seu sexto título paranaense jogando pelo Coxa, Fedato resolve se aposentar e se dedicar à carreira de contador, em 1956. No entanto, os pedidos da torcida para que ele retornasse foram tão intensos que o ídolo voltou a jogar futebol depois de ficar menos de um ano parado. O entusiasmo do retorno do líder da equipe conduziu o Coritiba – que até então ia mal no campeonato – a mais um título. Este período simbolizado por Fedato, imortalizou um modelo de camisas brancas com detalhes em verde na gola e nas mangas. No peito, o emblema era um pouco diferente dos anteriores, pois trazia as cores (verde e branco) invertidas (FIGURA 20).

FIGURA 17 - UNIFORME DE 1935



Fonte: Dados extraídos de GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000

FIGURA 18 - UNIFORME DE 1941



Fonte: Dados extraídos de GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000

FIGURA 19 - UNIFORME ATUAL



Fonte: Site da Penalty

FIGURA 20 – MODELO DE UNIFORME USADO POR FEDATO



Fonte: Dados extraídos de GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000

Todavia, neste período de conquistas do Coritiba, em 1949, o Atlético monta um dos maiores times de sua história. O time, que venceu 11 partidas e perdeu apenas uma e marcou 49 gols, ficou imortalizado como o “Furacão”. As representações sociais criadas em torno deste time foram tão intensas que a equipe se tornou um mito moderno, comumente evocado pelos diferentes atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol de Curitiba, sobretudo os atleticanos. O próprio apelido daquele time se estendeu ao clube, que o carrega até hoje. O Atlético é carinhosamente chamado por seus torcedores e pela mídia de “o Furacão da Baixada”.

Um Atletiba, em 1955, entrou para o folclore do futebol paranaense, o jogo dos 4x4. A controvérsia começou antes mesmo da partida se iniciar. O Atlético queria jogar com uma bola vermelha, mas o Coritiba se negava, preferia uma amarela. A solução foi jogar cada tempo com uma bola diferente. No primeiro tempo, com a bola vermelha, o Atlético foi altamente superior ao Coritiba. O segundo tempo começou com o placar de 4x1 para o rubro-negro e com a bola amarela. Curiosamente, o Coritiba empatou o jogo mesmo depois de ter dois jogadores expulsos. MACHADO e CHRESTENZEN (2005, p. 179) acabam o relato deste jogo com a seguinte frase: “Essas emoções o torcedor curitibano só as têm quando assiste ao mais famoso clássico de nosso futebol”.

A dupla Atletiba voltou a decidir o título somente em 1968, dez anos após o Atlético ter impedido o tão almejado tricampeonato do rival. O rubro-negro, que havia sido rebaixado um ano antes, negociou junto à Federação Paranaense de Futebol sua permanência na divisão principal, o que popularmente é chamado de “virada de mesa”. O próprio Coritiba ajudou o rival nas negociações (GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000, p. 54). Como forma de justificar a concessão, o Atlético contratou diversos craques de repercussão nacional: Belini, Djalma Santos, Dorval e Zequinha. O Coritiba também possuía uma grande equipe e foram necessários os jogos extras para decidir o título – os dois clubes ficaram empatados em número de pontos depois do final do campeonato em pontos corridos. O Coxa venceu o primeiro jogo por 2x1 e precisava de um empate para levar o título. Porém, o Atlético venceu o segundo jogo por 1x0 até os instantes finais, quando Paulo Vecchio, de cabeça, levou o título para o Alto da Glória⁵⁷. Este seria o primeiro de muitos (treze no total) que o Coritiba conquistaria com Evangelino da Costa Neves na presidência.

⁵⁷ Alto da Glória é o nome do bairro em que se localiza a sede do Coritiba, no Estádio Major Antônio Couto Pereira.

O dirigente, conhecido com Chinês, tornou-se um símbolo de modernidade e ficou consagrado como um homem de rara visão, arrojo, astúcia, tenacidade e estrela (COELHO; CARNEIRO NETO, 2003).

Evangelino não recebeu estes adjetivos apenas pelos títulos ganhos, mas também pelo investimento que fez em patrimônio. Foram três períodos como presidente do Coritiba – 1967-79, 1982-87 e 1992-94 – com destaque para os dois primeiros. Quando assumiu o clube, em 1967, Evangelino faria apenas um mandato tampão, mas acabou ficando no cargo por vários anos devido a sua capacidade administrativa. O Chinês “foi um presidente do time de futebol, abandonando as atividades sociais, mas dando ao torcedor o que ele mais queria. Vitórias, glórias e grande presença no âmbito nacional” (COELHO; CARNEIRO NETO, 1994, p. 118). Foram 13 títulos, sendo 11 estaduais (inclusive o Hexacampeonato Paranaense, de 1971-76) e dois nacionais (o Torneio do Povo, em 1973, e o Campeonato Brasileiro, em 1985). Evangelino projetou o Coritiba também através de amistosos e excursões. Trouxe para jogar no Belford Duarte equipes como o Atlético de Madrid (campeão espanhol daquele ano, 1967), a seleção da Hungria (que um ano antes havia eliminado o Brasil da Copa da Inglaterra), o Napoli (vice-campeão italiano, em 1968), entre outras. Nas excursões também enfrentou equipes de peso, como em 1969: Borussia Dortmund, Saint-Étienne (tricampeão francês), Feyenoord (campeão holandês e europeu), Anderlecht (campeão belga), Valência e mais sete clubes de destaque. Excursionou à Europa e à África novamente em 1970 e 1972, ano que, ao voltar invicto, recebeu o prêmio Fita Azul. Este era entregue pelo jornal Gazeta Esportiva aos clubes que permaneciam invictos durante excursões internacionais. O dirigente trouxe também a Seleção Brasileira para jogar contra o Coxa, no jogo da entrega das faixas de campeão paranaense de 1968. O Coritiba jogou com o uniforme da Seleção Paranaense e foi derrotado por 2x1 pelo Brasil, que contava com diversos craques que venceriam a Copa do Mundo menos de dois anos depois (Félix, Carlos Alberto, Gérson, Rivelino, Jairzinho e Pelé, além do lateral esquerdo coxa-branca Nilo, que acabou não indo para o Mundial).

Apesar de ter o seu foco no time de futebol e na promoção de grandes jogos, o presidente Evangelino também se preocupava com o patrimônio. Evangelino concluiu as obras da nova arquibancada, iniciadas na gestão do também notável presidente Aryon Cornelsen – que conquistou seis títulos em nove anos e investiu na estrutura do clube. As obras foram concluídas, depois de alguns percalços, para o

Paranaense de 1968, mas problemas na marquise exigiram novas reformas no ano de 1982.

Logo na chegada de Evangelino, o Coritiba consegue mais um bicampeonato. No entanto, o rival não permite a conquista do tão almejado tri. O Atlético levanta a taça, pois foi o time que mais pontuou no hexagonal final, deixando o Coxa em segundo. Para 1971, Evangelino, monta uma equipe de qualidade que iniciaria a caminhada histórica ao hexacampeonato. O dirigente alviverde contrata destacados jogadores: Hermes, Pescuma, Hidalgo e Zé Roberto. O último através de uma negociação polêmica que demonstrou a esperteza do dirigente e rivalidade entre Coritiba e Atlético. Isto porque Zé Roberto jogara o ano anterior pelo Atlético onde era muito querido: “Num verdadeiro golpe de mestre, Evangelino se antecipa ao Atlético, clube ao qual o jogador está emprestado, e negocia diretamente com o São Paulo a contratação do atacante, destaque do futebol paranaense. Assim, o Coxa tira da Baixada um promissor ídolo rubro-negro que se torna uma verdadeira lenda alviverde”⁵⁸.

O Coritiba monta, nos anos 1970 um time que para muitos torcedores e especialistas é o melhor de sua história, recebendo elogios como: “o time era uma máquina” e “um elenco imbatível” (COELHO; CARNEIRO NETO, 2003, p. 55). O clube vence oito dos dez campeonatos paranaenses disputados na década. Este período de glórias consagra o uniforme branco com as duas listras verdes horizontais – o atual primeiro uniforme oficial (FIGURA 21).

Nesta década, dois dos títulos paranaenses foram conquistados em decisões contra o Atlético, 1972 e 1978. No primeiro encontro, o Coritiba leva a melhor vencendo a primeira com um gol de Krüger e empatando a segunda. Em 1978, os jogos finais foram mais parelhos, tanto que a decisão do título ficou para a cobrança de tiros livres diretos da marca do pênalti⁵⁹ depois de três 0x0. O destaque foi, então, o veterano goleiro Manga do Coritiba. Em um episódio que virou folclore, Manga havia combinado, antes da partida, com Evangelino que receberia trezentos dólares por cobrança defendida. De fato o goleiro defende uma das cobranças da decisão que acaba 4x1 para o Coritiba. No dia seguinte, Manga vai cobrar o dinheiro

⁵⁸ Revista Lance! Série grandes clubes 2005 – Coritiba, 2005, p. 33.

⁵⁹ Comumente, confrontos decisivos (séries finais) que terminam empatados durante seu tempo normal (dois tempos de 45 minutos) e na prorrogação (dois tempos adicionais de 15 minutos) são decididos através de cobranças de tiros livres diretos da marca do pênalti. Geralmente, são cinco cobranças para cada time, que as fazem alternadamente. Se não houver vencedor ao final das cinco cobranças, outras são realizadas alternadamente: uma para cada time. Quem obtiver vantagem na série de cobranças alternadas, vence a decisão.

do dirigente Coxa que lhes dá os trezentos dólares conforme o combinado. Manga, então, reclama com Evangelino, pois dizia ter evitado os outros dois pênaltis desperdiçados pelo Atlético (um foi na trave e o outro fora). O dirigente acabou pagando novecentos dólares ao goleiro, que recebeu por dois pênaltis que não defendeu⁶⁰. Neste mesmo campeonato, em um jogo entre Colorado e Atlético, um episódio marcou a torcida atleticana. O Colorado vencia o jogo por 4x0, quando o atacante Ziquita entrou em campo e, em apenas 13 minutos, empatou heroicamente a partida e ainda chutou uma bola no travessão, tornando-se um mito moderno evocado comumente em momentos de necessidade de superação, de virada.

O time do Coritiba que venceu seis campeonatos paranaenses também se tornou um mito moderno. A seqüência foi quebrada, em 1977, pelo Grêmio Maringá em pleno Couto Pereira. Neste período em que o Coxa contava com ídolos que se tornariam referência simbólica no espaço de representação do futebol do clube – como Jairo, Hidalgo, Krüger, Zé Roberto e Aladim, além do técnico Tim (Elba de Pádua Lima). O clube conquistou projeção nacional e internacional realizando excursões e vencendo o Torneio do Povo. Esta foi a grande conquista que expandiu as territorialidades do clube ao espaço de representação do futebol brasileiro, em 1973. Esta competição reunia os clubes de maior torcida nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Bahia e Paraná, respectivamente: Corinthians, Flamengo, Atlético-MG, Internacional, Bahia e Coritiba. No final da década de 1970 e na de 1980, o Coritiba se consolida no cenário nacional, realizando boas campanhas em Campeonatos Brasileiros – terceiro colocado em 79, quarto, em 1980 e campeão, em 1985. No entanto, no Paraná o clube não repetiu os resultados em nível nacional. Foram apenas dois títulos na década: 1986 e 1989. O rival Atlético conquistou o dobro de Paranaenses, um deles, o bicampeonato de 1982-83 sobre o Coxa em uma final emocionante, na qual o goleiro atleticano Rafael foi decisivo. Este mesmo jogador se transferiria para o Coritiba e seria fundamental na conquista do Campeonato Brasileiro, se tornando um ídolo coxa-branca, um mito moderno.

O clube rubro-negro também ganhou respeito nacional ao terminar o Campeonato Brasileiro de 1983 em terceiro lugar, a melhor colocação atleticana até então. Destaque para a dupla de ataque atleticana, Washington e Assis, que ganharam a alcunha de “Casal 20” devido ao seu entrosamento.

⁶⁰ Revista Lance! Série grandes clubes 2005 – Coritiba, 2005.

No ano em que o Coritiba chega à maior conquista de sua história, o Atlético vence o campeonato estadual. A alegria da torcida coxa-branca com a conquista do título nacional faz com que derrota para o rival no Campeonato Paranaense perca em importância simbólica. Em 1985, foi a primeira vez que um clube paranaense conquistou um Campeonato Brasileiro. O Coritiba quebrava a hegemonia dos clubes de Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, se consolidando como um grande clube em âmbito nacional. Para chegar à final, contra o Bangu, o Coxa eliminou tradicionais equipes como Flamengo, Corinthians e Atlético Mineiro. Na decisão, em jogo único, o Maracanã estava lotado de torcedores do time carioca (cerca de 90.000). Muitos destes não eram banguenses, mas sim flamenguistas, vascaínos, tricolores e botafoguenses, que se uniram para torcer, naquela ocasião, para um clube que representava a sua cidade, demonstrando uma identificação com o espaço de representação do futebol carioca. O mesmo não aconteceria se o Bangu fosse rival destes clubes e se não fosse um time mais modesto.

Mesmo não sendo um clube tradicional em competições nacionais, o Bangu chegava a decisão como favorito, pois jogava em casa e contava com Marinho, considerado o melhor jogador do Brasileirão. No entanto, a aplicação tática e a determinação do Coritiba se impuseram sobre os cariocas. Ao eliminar, no Mineirão, o Atlético Mineiro nas semi-finais – com uma atuação que consolidaria o goleiro Rafael como mito moderno – o Coritiba, a pedido de seu treinador Ênio Andrade (outro mito moderno do futebol do clube e do país), não rumou para o Rio de Janeiro, permanecendo em Belo Horizonte. O objetivo era isolar os jogadores do clima de decisão, já prevendo que a cidade toda se uniria para torcer pelo Bangu. Ênio Andrade era um estrategista, um experiente treinador que já havia sido campeão brasileiro com o Internacional e com o Grêmio (ambos de Porto Alegre): “No Brasileirão de 1985, Ênio Andrade comandou o Coritiba a sua imagem e semelhança. (...). No Coritiba, armou uma equipe muito forte na marcação, com um futebol de resultados. (...) Pensava no longo prazo, competindo com o regulamento na mão” (GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000, p. 73). Ele pretendia treinar cobranças de penalidades máximas, na capital mineira, pois sabia que o jogo no Maracanã poderia ser decidido neste aspecto. E foi.

O jogo terminou 1x1, sendo que o gol coxa-branca foi marcado por Índio, artilheiro da equipe na competição. Nem Lela – um irreverente atacante do Coritiba, que comemorava os gols fazendo caretas, tornando-se um símbolo daquela equipe – nem seus companheiros de ataque conseguiram marcar e o placar persistiu na

prorrogação. A decisão seria mesmo nas cobranças de tiros livres da marca do pênalti. O atacante Ado, do Bangu, perdeu a sexta cobrança e o experiente zagueiro Gomes, que já fora campeão nacional pelo Guarani de Campinas, converteu e iniciou a festa dos cerca de 20.000 torcedores paranaenses que estavam no Maracanã e de toda a torcida alviverde (COELHO; CARNEIRO NETO, 1994, GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000). O jogo acabou na madrugada do dia 1º de agosto, que, a partir de então, foi proclamado o Dia do Atleta Coritibano (FOTO 12).

A conquista transformou esta equipe do Coritiba em um mito moderno do clube, bem como reforçou como símbolo a camisa utilizada na decisão, a chamada “jogadeira”. A camisa listrada em verde e branco verticalmente (lembrando o primeiro uniforme do clube) recebeu este nome porque se acreditava que ela tinha capacidade de “jogar” também junto com o time (FIGURA 22).

FIGURA 21 - UNIFORME DA DÉCADA DE 1970



Fonte: Dados extraídos de GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000

FIGURA 22 - A JOGADEIRA



Fonte: Dados extraídos de GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000

Em Curitiba, a recepção aos profissionais, que desfilaram em carro aberto, foi calorosa por parte da torcida e dos governantes: “O governador do estado, José Richa (que foi receber os campeões no aeroporto), decretou feriado para que as comemorações pudessem ser completas, cheias de alegria. O prefeito de Curitiba, Maurício Fruet, decretou que a cidade seria por 365 dias ‘A Terra do Campeão do Brasil’. Festa por todo o Paraná, que não se conteve na emoção ao ver um representante seu no topo do futebol brasileiro” (GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000, p. 75).

FOTO 12 - CORITIBA CAMPEÃO BRASILEIRO



Fonte: Dados extraídos de GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000

Em 1989, a equipe do Coritiba – que fazia boa campanha – foi rebaixada para a Segunda Divisão do Campeonato Brasileiro através de uma medida administrativa da CBF. Tudo começou em um jogo entre Coritiba e Sport, no Couto Pereira. Um torcedor coritibano invadiu o campo e o clube foi punido com a perda de um mando de jogo. Desta maneira, o Coritiba, que disputava uma vaga na próxima fase do campeonato, resolveu mandar o seu jogo contra o Santos em Juiz de Fora. Esta partida seria realizada na mesma data do jogo entre Vasco e Sport, concorrente direto pela vaga. No entanto, o Vasco conseguiu adiar a data da partida, pois cederia três jogadores à Seleção Brasileira. O Coritiba entrou, então, com um pedido junto ao Superior Tribunal de Justiça Desportiva, que lhe concedeu uma liminar e remarcou o jogo contra o Santos para a mesma data da partida entre Vasco e Sport. Confiando na liminar, o Coritiba não viajou para Juiz de Fora. O Santos entrou em campo mesmo assim e o juiz registrou na súmula a derrota do Coritiba por W.O.. No dia seguinte a CBF caçou a liminar do Coritiba e declarou que o clube cometeu uma

falta grave por não comparecer à partida. Ricardo Teixeira, presidente da CBF decidiu pela eliminação do Coritiba da competição e por uma suspensão de um ano em competições nacionais. O Coxa estava impedido de disputar a Copa do Brasil do ano seguinte e obrigado a jogar a Segunda Divisão, em 1990.

Neste mesmo ano, o clássico Athletiba decidiu novamente quem seria o campeão paranaense. O Coritiba era o favorito, pois contava com o time mais técnico e melhor campanha durante o campeonato. No entanto, devido a uma fórmula confusa e que se modificou durante a competição, o Atlético tinha vantagem de dois empates na final, pois conseguiu somar mais pontos no hexagonal⁶¹. No primeiro jogo, um empate em 1x1. Na partida decisiva, o Atlético saiu na frente, mas já no primeiro tempo o Coritiba virou o placar. Com a festa já armada, a torcida coxa-branca presenciou, segundo Vinicius COELHO e CARNERIO NETO (1994, p. 162) “o gol mais esquisito da história do nosso futebol”. Odemilson, do Atlético, cobrou o arremesso lateral em direção à área coritibana. A bola, que foi afastada de cabeça, por Serginho, do Coritiba, foi em direção ao zagueiro coxa Jorjão, que, também de cabeça, retornou para seu companheiro de defesa Berg. Este tentou, de cabeça, atrasar a bola para o goleiro Gerson, que saíra do gol neste momento, sendo encoberto. Berg marcava contra o gol que daria o título para o Atlético – que estreava naquele ano um novo uniforme, com listras verticais, inspirado naquele do Milan (da Itália) (FIGURA 13). O zagueiro ficaria estigmatizado pelo lance que simbolicamente originou o segundo maior jejum de títulos da história alviverde.

O Coritiba só voltaria a ser campeão nove anos depois em uma final contra o Paraná Clube. Este campeonato teve grande valor simbólico, pois o Coritiba dava fim à seqüência sem títulos. Curiosamente, o Coritiba usou neste campeonato uma camisa que não tinha as cores verde e branca, mas sim verde e preta. A camisa, que foi apropriada simbolicamente pela torcida, trazia em sua manga esquerda uma estrela amarela, simbolizando o título nacional. Era uma valorização da conquista, mas também uma maneira de provocar seus rivais (atleticanos e paranistas), que, apesar da supremacia no estado na década de 1990, nunca havia conquistado um título de Campeão Brasileiro (FIGURA 23).

⁶¹ A fórmula do Campeonato Paranaense de 1990 era confusa. Foram disputados dois turnos na primeira fase, em dois grupos de onze times. Os doze melhores clubes se classificavam para uma segunda fase, na qual formavam dois grupos de seis. Os dois primeiros colocados de cada um destes grupos se classificavam para as semi-finais. Realizava-se, então, o cruzamento olímpico – o 1º de um grupo contra o 2º do outro. O Atlético foi o primeiro de seu grupo e o time que ganhou mais pontos nesta fase, portanto teve vantagem nas finais sobre o Coritiba, que por sua vez fez mais pontos se somadas todas as fases da competição.

FIGURA 23 - UNIFORME DE 1999



Fonte: Dados extraídos de GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000

A oportunidade de o Coritiba quebrar seu jejum veio um ano antes, em 1998, quando decidiu o Campeonato Paranaense com o seu rival Atlético. Foi em uma final em três jogos. No primeiro, no Couto Pereira, houve um empate. Nos dois jogos seguintes o Atlético demonstrou a força de seu time vencendo o Coxa por duas vezes, no Pinheirão (a Baixada estava em reforma). Era o primeiro título que o clube conquistava no período sob o comando do grupo de Mário Celso Petraglia. Este dirigente assumiu o Atlético após da renúncia do presidente Hussein Zraik provocada por uma derrota por 5x1 contra o Coritiba.

No mesmo ano em que Petraglia assumiu, o Atlético voltou à primeira divisão do campeonato Brasileiro, juntamente com seu rival. O título da Série B (Segunda Divisão) e o acesso à Série A foram disputados em um quadrangular entre a dupla Athletiba, Mogi Mirim e Central-CE. O Coritiba garantiu a volta à elite do futebol nacional através de uma vitória por 3x0 contra o Atlético, que conquistaria o título de campeão da Série B – o qual posteriormente seria simbolizado em seu uniforme por uma estrela prateada⁶².

⁶² A estrela prateada apenas aparece sobre o distintivo atleticano, em 2002, juntamente com a estrela dourada de Campeão Brasileiro. A estrela simboliza para o atleticano mais do que o orgulho de vencer a Série B, mas de ter sido campeão sobre o Coritiba.

No entanto, o grande feito da administração de Petraglia não seria a conquista da Série B. As mudanças promovidas pela nova diretoria não se limitavam aos resultados no fato futebolístico. Uma grande reformulação foi feita dentro do clube, que começou com a mudança do distintivo. Com um discurso de administração pautada no profissionalismo e na valorização da marca Clube Atlético Paranaense, Mário Celso Petraglia investiu no patrimônio do clube e na venda de jogadores para o exterior. Foi demolido o antigo estádio e construindo um novo em seu lugar, a Arena da Baixada. Este feito, juntamente com a inauguração do Centro de Treinamento Alfredo Gottardi, segundo o próprio Petraglia, em entrevista para o jornal Gazeta do Povo, foram os maiores feitos de sua administração:

Sem dúvida foi investimento em infra-estrutura, com a inauguração da Arena e do CT. O CT deu as condições físicas e espirituais para criarmos os grandes times que o Atlético teve nesses dez anos. E a Arena é a magia que ela gera na torcida, aquele clima, aquela sinergia simbiótica entre o ambiente, os torcedores e os jogadores. Me arrepia só de pensar. Nada foi mais significativo do que concluir nosso templo sagrado⁶³.

Percebe-se, no discurso do dirigente, uma grande dimensão passional, que se utiliza, em alguns momentos elementos religiosos, algo muito comum tanto no discurso futebolístico como na prática social do futebol – no torcer e no jogar⁶⁴. Este discurso não limita o significado do estádio a uma construção, um mero espaço material, mas também um espaço rico em simbologias. Ele atribui ao estádio um poder simbólico de estimular os torcedores e jogadores, algo mágico, cujos significados transcendem a de um mero palco do fato futebolístico e da prática social do futebol.

Em outros trechos da entrevista, nota-se uma valorização do *ethos* futebolístico do profissionalismo, na idealização do futebol como negócio, pautado na administração profissional e na venda da marca do clube: “... o modelo é todo o projeto bem-sucedido. O Manchester é um bom exemplo, porque é um clube que não está na capital, não tem a maior torcida e se projetou pela sua competência, pelo seu planejamento, pela sua administração e hoje tem um milhão de

⁶³ Gazeta do Povo. Caderno de Esportes, 04 set. 2005, p. 04

⁶⁴ Comumente os profissionais e torcedores recorrem a elementos religiosos, tanto em seus discursos – por exemplo, com expressões como “se Deus quiser”, “milagre”, “futebol é religião”, etc. – como na sua prática social, principalmente, a ritual. Os profissionais confundem religião com superstição. Mesclam sinais da cruz com amuletos – desde correntinhas de santos até assessórios e cortes de cabelo. Os torcedores fazem o mesmo, confundindo o torcer com um ato religioso, devotando seus craques e “botando fé” em seu clube.

consumidores, que é o que interessa para todos nós.”⁶⁵; “Não queremos mais investir resultados de venda de atletas em patrimônio. Queremos vender depois o nome desse complexo todo por infinitamente mais do que vendemos o nome da Arena.”⁶⁶; “O Atlético é também um balcão de negócios. Só que há uma deformação. O resultado desse negócio é investido no Atlético. Jamais ninguém se beneficiou de nenhum negócio no Atlético – estou falando pelo meu tempo de dez anos”⁶⁷.

A Arena – que atualmente se chama Kyocera Arena, graças a um acordo de *naming rights*⁶⁸ – é considerada um dos mais modernos estádios da América Latina e referência nacional. No entanto, a obra ainda não foi totalmente concluída, pois não se chegou a uma negociação com o colégio proprietário do terreno vizinho, onde seria construída uma reta de arquibancada. A capacidade total do estádio está prevista para 32.500 torcedores sentados. Na fase atual da obra, a Arena comporta 25.438 torcedores. O estádio é todo encadeirado, contando com estacionamento, praça de alimentação, além de serviços como academia, lojas entre outros (FOTOS 13, 14, 15, 16, 17 e 18).

O estádio Joaquim Américo, a Arena da Baixada, recebe diversos apelidos, sendo este o mais famoso. A torcida atleticana costuma chamar o seu estádio de “caldeirão”, aludindo à tradicional arquitetura da Baixada (a torcida sempre ficou muito próxima do campo) e à conseqüente pressão que torcida exerce dentro do estádio. No entanto, o novo nome, Kyocera Arena, apesar de um pioneirismo em termos de negócio, não caiu no gosto do torcedor nem no uso dos especialistas. Na mídia, é mais comum encontrar o nome Arena da Baixada, ou simplesmente Arena, do que o aquele juntamente com a marca japonesa. As representações sociais que circulam entre os torcedores atleticanos acerca de como chamar o seu estádio passam longe do novo nome, sendo os preferidos: “Arena”, “Baixada” e o carinhoso “Caldeirão” – nome este dado pelos próprios torcedores.

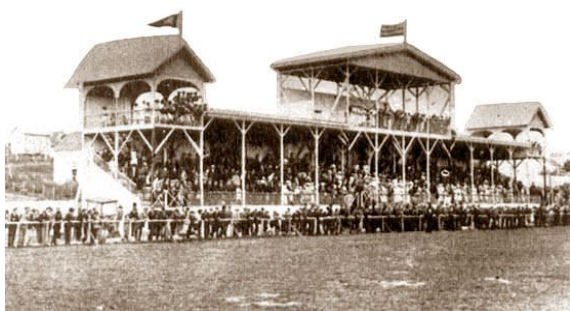
⁶⁵ Gazeta do Povo. Caderno de Esportes, 04 set. 2005, p. 04

⁶⁶ Gazeta do Povo. Caderno de Esportes, 04 set. 2005, p. 04

⁶⁷ Gazeta do Povo. Caderno de Esportes, 04 set. 2005, p. 04

⁶⁸ Um contrato de *naming rights* negocia o direito de uma empresa “emprestar” o seu nome a um estabelecimento, através de algum retorno. É uma prática muito comum na Europa e na América do Norte. No caso do Atlético, foi negociado com a multinacional japonesa Kyocera o rebatizado da Arena da Baixada. Os valores não foram divulgados, mas estima-se que a empresa japonesa desembolsará cerca de U\$ 10 mil para poder dar o seu nome para o estádio rubro-negro e estampar sua logo no uniforme do clube. A partir de 2005, a Arena da Baixada passou a se chamar Kyocera Arena. O contrato de exploração do nome, algo inédito até então no Brasil, tem vigência de três anos com possibilidade de renovação por mais dois anos.

FOTO 13 - BAIXADA - 1916



Fonte: Site
www.temposdofutebol.hpg.ig.com.br

FOTO 14 - BAIXADA - 1949



Fonte: Site oficial do Clube Atlético Paranaense

FOTO 15 - BAIXADA - DÉCADA DE 1990



Fonte: Site oficial do Clube Atlético Paranaense

FOTO 16 – ARENA



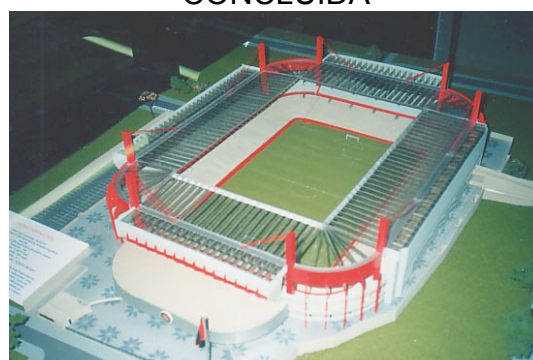
Fonte: Site www.furacao.com

FOTO 17 - KYOCERA ARENA



Fonte: Site www.furacao.com

FOTO 18 - MAQUETE DA ARENA CONCLUÍDA



Fonte: Site www.temposdofutebol.hpg.ig.com.br

Instalações – Estádio Joaquim Américo (Kyocera Arena)

- Medida do campo 105m X 68m;
- 25.438 cadeiras, todas cobertas;
- Gramado com dois tipos de grama: Rye Grass e Tifton 419;
- 6 elevadores convencionais e 2 elevadores panorâmicos;
- 21 banheiros públicos (11 masculinos e 10 femininos);
- 68 lojas;

- 10 suítes de patrocinadores sala, banheiro privativo e sala de estar para 22 pessoas, no anel inferior;
- 35 camarotes tipo "c" de 9 a 15 lugares, no anel superior;
- 41 camarotes tipo "b" para aproximadamente 16 pessoas, com banheiro privativo e sala de estar, no anel inferior;
- sistema de monitoramento eletrônico com 63 câmeras
- 4 lojas externas (tipo mall)
- 8 vestiários;
- 10 camarins para shows;
- Estacionamento para 500 carros;
- Centro comercial (na parte frontal), com:
 - Uma academia de ginástica de grande porte;
 - Espaço para construção de um centro de convenções;
 - Loja de artigos esportivos Arena Store;
 - Loja de atendimento aos visitantes;
 - Uma Churrascaria;
 - Lanchonete.

Fonte: Adaptado do Site oficial do Clube Atlético Paranaense

O Centro de Treinamento Alfredo Gottardi, conhecido popularmente como CT do Caju é também uma referência nacional (FOTO 19). Inaugurado em 1999, dois dias depois da Arena da Baixada, o CT se localiza no bairro do Umbará, a 15 km do centro de Curitiba. Ele está instalado em um terreno de 246.577 m² e conta com campos de treinamento (inclusive um mini estádio com capacidade para 1.700 pessoas sentadas) e grande área construída:

Atualmente, conta com cerca de 40 suítes para jogadores, duas salas de reunião, academia de musculação, sauna, sala de fisioterapia, departamento médico (...) e odontológico, heliporto, capela e uma pista de propriocepção (única no Brasil). Além disso, o CT do Atlético possui toda a estrutura necessária para que os times de futebol possam treinar: cozinha industrial, lavanderia, salas de refeições, churrasqueira, bar, salas para administração do futebol do clube, equipamentos esportivos e estacionamento com capacidade para 150 automóveis. A estrutura oferecida pelo Atlético para os seus jogadores vai além. Existem ainda cinco campos oficiais de futebol, todos equipados com drenagem e irrigação artificiais, piscinas, quadras de tênis, vôlei de praia, campos de futebol suíço e uma pista de jogging com mais de 750 m.⁶⁹

As escolinhas de futebol que o clube possui também contribuem para o desenvolvimento do futebol do clube, já que podem revelar jogadores. Além disso, divulgam a marca do clube dentro de Curitiba, onde o clube tem três escolinhas; na Região Metropolitana (Mandirituba, São José dos Pinhais, Pinhais, Campo Largo e Colombo); no interior do Paraná (Antonina, Apucarana, Cascavel, Castro, Francisco Beltrão, Guarapuava, Jaguariaíva, Paranaguá, Pitanga, Santo Antônio da Platina, São Mateus do Sul, São Pedro do Ivaí); e até em outros estados (Belo Horizonte-MG e Niterói-RJ).

⁶⁹ Site www.furacao.com

No entanto, mesmo com uma administração pautada no *ethos* do profissionalismo, com planejamento e marketing, o Atlético não teria dinheiro suficiente para iniciar suas empreitadas almejando se tornar uma referência nacional. O capital veio da transação do Parque Aquático Vila Olímpica de Curitiba (PAVOC) que o clube possuía, no bairro do Boqueirão. O Atlético adquiriu este terreno junto a Aryon Cornelsen, que havia sido presidente do Coritiba. O ex-dirigente ofereceu o terreno para o Coxa, que declinou a proposta por questões administrativas. Aryon levou, então, a mesma oferta para o Atlético. Em 1995, com a política de se tornar um clube exclusivamente de futebol, extinguindo a parte social e recreativa, o rubro-negro resolve se desfazer do terreno o vendendo para o governo municipal, angariando os fundos necessários para iniciar seu projeto de modernização.

FOTO 19 - CT DO CAJU



Fonte: Site oficial do Clube Atlético Paranaense

Os investimentos em infra-estrutura trouxeram um salto qualitativo dentro de campo. O Atlético passou a revelar e projetar diversos jogadores, dentre eles Oséas, Paulo Rink, Lucas, Adriano, Kléber, Alex Mineiro, Kleberson, Dagoberto, entre outros. Muitos deles renderam receitas milionárias com transferências, como a de Lucas, cerca de U\$ 21 milhões (o clube recebeu aproximadamente U\$ 15 milhões); a de Paulo Rink, U\$ 6 milhões; e as de Jádson e Fernandinho, respectivamente 5 e 8 milhões de euros. Alguns destes jogadores chegaram no clube através de uma parceria com um clube de Londrina chamado PSTC, sigla de Parana Soccer

Technical Center, um nome fantasia em inglês para promovê-lo no exterior. O verdadeiro nome do clube é Centro de Treinamento de Futebol do Paraná e seu objetivo já se percebe através do nome fantasia. O PSTC surgiu a partir de uma iniciativa de empresários, médicos e profissionais liberais de Londrina, a fim de desenvolver um centro de formação de jogadores de futebol, com intuito de negociar estes com clubes profissionais. Além disso, o PSTC visa o intercambio de jogadores, sobretudo japoneses no futebol paranaense. Grande parte dos jogadores que o clube revela se transferem para o Atlético, devido à parceria. Esta prevê ao PSTC um percentual em futuras transferências dos jogadores formados lá, como ocorreu na negociação de Kléberson, que teve um valor total de cerca de R\$ 23 milhões.

Os resultados surgiram de maneira rápida. O Atlético conseguiu chegar a sua primeira Libertadores da América vencendo um torneio seletivo em 1999. Nacionalmente, o clube se tornou respeitado depois de grandes campanhas em Campeonatos Brasileiros, conquistando o título em 2001 e o vice-campeonato em 2004. Desta maneira, o clube disputou mais duas Libertadores da América, tornando-se vice-campeão em 2005, melhor resultado de um clube paranaense nesta copa.

O Coritiba também realizou grandes investimentos em patrimônio nos últimos anos. Se não construiu um novo estádio, reformou o Couto Pereira, em 2005, e inaugurou, em 1997, antes do rival, um avançado Centro de Treinamento. O CT Bayard Osna – popularmente conhecido como CT da Graciosa – começou a ser idealizado na gestão do presidente que lhe empresta o nome, em 1988, quando o clube adquiriu o terreno, que fica a nove quilômetros do Couto Pereira. A construção começou em 1995, sob comando do triunvirato⁷⁰ Joel Malucelli, Sérgio Prosdócimo e Édson Mauad, e durou até dezembro de 1997. Atualmente, várias categorias do clube, desde o juvenil ao profissional, realizam treinamentos, preparação e recuperação física e psicológica, no CT – que “conta hoje com um bloco de vestiários completo, cinco campos oficiais de futebol (70x110m), uma faixa de treinamento externa aos campos, um reservatório elevado, uma central de gás, uma exclusiva piscina térmica e um estacionamento, além de drenagem subterrânea, muros externos, recepção e tratamento de água”⁷¹ (FOTO 20).

Esta estrutura contribuiu para a revelação de vários jogadores, que chegaram às Seleções Brasileiras, como Adriano, Marcel e Rafinha. Estes atletas renderam

⁷⁰ Edson Mauad era oficialmente o presidente do Coritiba, mas as decisões eram tomadas com auxílio determinante dos seus dois companheiros Joel Malucelli e Sérgio Prosdócimo.

⁷¹ Site oficial do Coritiba Foot Ball Club

ótimos resultados em campo (dois campeonatos paranaenses e uma classificação para a Libertadores da América), bem como resultados financeiros. O Coritiba procurava, assim, se adequar às novas tendências do mercado de transferências – de revelar jogadores na estrutura do clube, os chamados “pratas da casa” –, bem como, utilizar o dinheiro para saldar antigas dívidas. Alguns jogadores negociados na gestão de Gionédís foram: Rafinha; Miranda; Adriano e Marcel – todos eles por milhões de reais. Com esta política o presidente Gionédís se reelegeu para o seu terceiro mandato consecutivo apesar do mau resultado no Brasileirão de 2005, no qual o Coritiba foi rebaixado para a Série B.

FOTO 20 - CT DA GRACIOSA



Fonte: Site Oficial do Coritiba Foot Ball Club

Na foto acima é possível visualizar o pavilhão do Coritiba, um dos seus símbolos oficiais, segundo o seu estatuto. O pavilhão traz o emblema no canto superior esquerdo do qual saem raios alviverdes preenchendo a bandeira toda.

Sob comando de Giovani Gionédís, o clube também realizou reformas em seu estádio, entre o final de 2004 e o início de 2005. As novas instalações do Major Antônio Couto Pereira foram inauguradas no dia 1º de maio. Foram realizadas reformas no campo, que aumentou de dimensão 109x72 m e recebeu um novo gramado (grama do tipo Bermuda 419), bem como nas instalações (novos sanitários, cadeiras, lanchonetes, câmeras de segurança, etc.). Foi construído um novo museu do clube e uma churrascaria está em obra. A modernização visa adequar o estádio às exigências do Estatuto do Torcedor, bem como concorrer com o do Atlético – que nos últimos anos investiu muito em patrimônio (FOTOS 21, 22, 23 e 24).

FOTO 21 - COUÇO PEREIRA – VISTA
AÉREA 1



Fonte: Site oficial do Coritiba Foot Ball Club

FOTO 22 - COUÇO PEREIRA – VISTA
AÉREA 2



Fonte: Site oficial do Coritiba Foot Ball Club

FOTO 23 - COUÇO PEREIRA – VISTA
INTERNA



Fonte: Site oficial do Coritiba Foot Ball Club

FOTO 24 - COUÇO PEREIRA –
PROJETO DE CONCLUSÃO



Fonte: Site oficial do Coritiba Foot Ball Club

Instalações – Estádio Major Antônio Couto Pereira:

- Capacidade atual: 37.182
- Fundação: 15/11/1932
- Maior Público: 70.000 pessoas - Visita do Papa João Paulo II, (05/08/80)
- 17.412 Cadeiras:
 - 5.040 cadeiras sociais superior
 - 1.027 cadeiras sociais inferior
 - 2.210 cadeiras na curva do 3º anel
 - 2.588 cadeiras na curva do 2º anel
 - 1.364 cadeiras na curva do 1º anel
 - 2.960 cadeiras na reta Mauá 2º anel
 - 2.233 cadeiras na reta Mauá 1º anel
- 19.400 sem cadeiras
- 370 camarotes
- Banheiros: 25 sanitários, sendo 13 femininos e 12 masculinos
- Lanchonetes: 16
- Câmeras de vigilância: 32 câmeras
- Vestiários: 04
- Estacionamento (número de vagas): 400
- Medida do Campo: 109,00m X 72,00m
- Tipo de grama: Bermuda 419

Fonte: Adaptado do Site oficial do Coritiba Foot Ball Club

Em campeonatos estaduais, o Atlético conquistaria o seu primeiro e único tricampeonato, nos anos de 2000-02. Um ano antes da seqüência rubro-negra, o Coritiba venceria um título depois de um jejum de dez anos. O Coxa comemoraria o título vencendo, na final, o Paraná Clube. A equipe era constituída por alguns remanescentes da melhor campanha alviverde em campeonatos brasileiros pós 1985. O Coritiba voltava a figurar entre os primeiros do futebol brasileiro, se classificando na primeira fase do campeonato como terceiro colocado, mas sendo eliminado, no Couto Pereira, pela Portuguesa.

O título de 2000 teve um valor simbólico diferente para o Atlético. Foi o primeiro a ser comemorado em seu novo estádio e, ainda por cima, sobre o seu maior rival. O Coritiba estava vencendo o jogo, quando, no final da partida, o zagueiro Gustavo fez o gol do empate que dava o título para o Atlético.

No ano seguinte, além de se sagrar bicampeão paranaense, o Atlético expandiu suas territorialidades ao chegar na final do Campeonato Brasileiro contra o São Caetano. O rubro-negro se classificou em segundo na primeira fase da competição (atrás apenas do São Caetano). Naquele ano, as quartas-de-final eram realizadas em apenas um jogo, na casa do clube com melhor campanha na primeira fase. Em caso de empate era disputada uma prorrogação. Se nesta não houvesse vencedor, o clube de melhor campanha se classificava para a próxima fase. A fórmula se repetia nas semi-finais – sendo que somente a final seria disputada em duas partidas. E o Atlético fez valer sua vantagem contra o São Paulo e o Fluminense, sempre utilizando a Arena como um trunfo. Nos jogos decisivos, Alex Mineiro, até então considerado apenas um bom jogador, entrou para a história do Atlético. Isto porque o atacante marcou tanto nas quartas-de-finais (um gol) quanto nas semi-finais (três). Além disso, Alex Mineiro fez quatro gols contra o São Caetano – tanto no primeiro jogo (um), na Baixada, quanto no segundo, no Anacleto Campanella. O atacante ficou conhecido como “o artilheiro das decisões”, tornando-se um mito moderno, assim como aquela equipe, sempre lembrada e evocada pela torcida nos bons e maus momentos.

No dia seguinte da conquista, o rival Coritiba (apenas 17º naquele campeonato), em um jornal da cidade, publicou uma propaganda colorida que ocupava toda a contracapa do caderno de esportes – dedicado à conquista rubro-negra – parabenizando o Atlético. Em um fundo verde, com um enorme distintivo do Coritiba, continha um texto, em estilo provocativo dizendo: “Parabéns ao Atlético por chegar ao alto da glória”. Abaixo da frase estava um distintivo do Coritiba e uma

espécie de assinatura: “Primeiro campeão brasileiro do Paraná”⁷². Este texto simbolizava o que a conquista significava tanto para os atleticanos quanto para os coxas-brancas. Era um feito para o futebol paranaense. O rubro-negro, nacionalmente, se igualava ao Coritiba, que se vangloriava por ser o único campeão nacional do estado. A rivalidade ganhava mais um tempero e a identidade futebolística reforçava seus contornos, em Curitiba.

O Atlético voltava à Libertadores da América, agora na condição de campeão brasileiro. No entanto a campanha na edição de 2002 foi abaixo da expectativa. O rubro-negro foi eliminado na primeira fase. O mesmo aconteceria com o Coritiba no ano seguinte. O Coxa, dezoito anos depois, retornava à competição sul-americana⁷³ graças a uma boa campanha no Brasileirão de 2003 – o Coritiba chegou a brigar pela liderança da competição, mas acabou como quinto colocado⁷⁴, sendo bastante comentado pelos especialistas locais e nacionais. Na Libertadores, o alviverde não teve bom desempenho nos jogos fora de casa e, em Curitiba, empatou contra o Olímpia não somando os pontos necessários para a classificação. Como consolo, o Coritiba conquista mais um bicampeonato paranaense, uma semana depois da eliminação do torneio internacional. Este título tem grande valor simbólico para a torcida coxa, pois o clube não derrotava seu rival em finais desde 1978. A conquista foi mais valorizada ainda, pois se deu na Arena da Baixada, em um empate em 3x3, com dois gols do ex-atleticano Tuta para o Coxa. O time do Alto da Glória se sagraria bicampeão paranaense perdendo apenas uma partida em dois anos, contra o Iraty, na primeira rodada do Paranaense de 2004.

A derrota na final provocou uma crise no Atlético. Os diferentes atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol do Atlético entraram em conflito. As relações de poder entre o treinador e mídia, bem como os torcedores atleticanos, provocaram a queda do técnico Mário Sérgio Pontes de Paiva. Este saiu do clube declarando que sua relação com a imprensa havia se tornado muito difícil⁷⁵. Mas o conflito mais emblemático da crise foi entre a diretoria e os torcedores. Depois da derrota para o rival na final do Campeonato Paranaense, torcedores atleticanos

⁷² Gazeta do Povo, Caderno de Esportes, 24 dez. 2001.

⁷³ Originalmente, a Libertadores da América era uma competição que reunia exclusivamente clubes da América do Sul, mas a partir de 1998 clubes mexicanos também passaram a participar da copa.

⁷⁴ A partir deste ano, os quatro primeiros colocados do Campeonato Brasileiro garantiam uma vaga na Libertadores da América. A outra vaga era dada ao campeão da Copa do Brasil. No entanto, em 2003, o Cruzeiro conquistou ambas as competições. Sendo assim, ficou decidido que a quinta vaga para a competição internacional seria dada ao quinto colocado do Brasileirão, o Coritiba.

⁷⁵ Gazeta do Povo. Caderno de Esportes, 19 abr. 2004.

depredaram seu próprio estádio, arrancando e quebrando as cadeiras (numeradas) e arremessando seus pedaços dentro do gramado. Além da revolta com a derrota a torcida reclamava dos altos preços dos ingressos para o Campeonato Brasileiro (R\$ 30,00). O vice-presidente do Conselho Deliberativo, Antonio Carlos Bettega criticou os atos violentos com palavras também violentas dirigidas à torcida organizada Os Fanáticos. O dirigente envolveu inclusive a torcida do Corinthians que nada tinha a ver com os acontecimentos: “Se Os Fanáticos não se civilizarem, vão ser banidos da Baixada. O que esses vândalos fizeram contra nosso esforço foi coisa de hunos. Parecia Auschwitz. Melhor eles irem torcer para o Corinthians, a Gaviões. Não podemos ficar reféns desses baderneiros”⁷⁶. Juliano Rodrigues, vice-presidente da Os Fanáticos, defendeu a torcida organizada, atribuindo o vandalismo a membros isolados dentro da torcida e aproveitou para criticar a diretoria atleticana, dizendo que “o clube está querendo acabar com a torcida vibrante na Arena”⁷⁷.

Os conflitos duraram algumas semanas, mas graças à boa campanha que o time fazia em campo, a diretoria e torcida amenizaram as críticas uma à outra. O novo técnico contratado, Levir Culpi, realizou alterações na equipe, que conseguiu um excelente resultado Campeonato Brasileiro, chegando em segundo lugar. A equipe, que demonstrou um futebol ofensivo (foram 93 gols marcados) só foi superada pelo Santos nas últimas rodadas. O Atlético tinha uma boa vantagem de pontos e era o favorito à conquista do título, mas tropeços contra adversários que estavam mal colocados no campeonato impediram o bicampeonato nacional. O Atlético perdeu pontos para Vasco e Botafogo, que lutavam para não cair para a Série B. Mas o jogo que simbolizou a perda do título foi o contra o Grêmio. O time gaúcho já estava matematicamente rebaixado e, em três minutos, fez dois gols empatando a partida depois de estar perdendo por 3x0. A torcida atleticana, que praticamente já comemorava o título, teve uma grande decepção. Apesar disso, o Atlético reafirmou seu nome no cenário nacional e terminou a competição revelando uma série de jogadores (Jádson, Fernandinho, Dagoberto, entre outros) e ostentando o artilheiro. Washington tornou-se, inclusive, o recordista de gols em uma mesma edição de Campeonato Brasileiro, 34.

Em 2005, a dupla Atletiba voltou a realizar a decisão do Campeonato Paranaense. Novamente, como em 1978, o campeão só foi conhecido depois de cobranças de tiros livres da marca do pênalti. O Atlético evitou que o Coritiba

⁷⁶ Gazeta do Povo. Caderno de Esportes, 19 abr. 2004.

⁷⁷ Gazeta do Povo. Caderno de Esportes, 19 abr. 2004.

comemorasse mais um título na Arena e venceu seu 21º Campeonato Paranaense. A decisão foi marcada por diversos incidentes e confusões, sobretudo, na segunda partida. O jogo, na Arena, seria transmitido pela TV Paranaense (filiada a Rede Globo), que tinha os direitos do campeonato. Mas, a diretoria atleticana não permitiu, alegando problemas no contrato. No Site da Gazeta do Povo, Gil Rocha, o Editor de Esportes da TV Paranaense, explica o problema: “Segundo Rocha, a TV e o clube tinham um contrato verbal sobre as transmissões. ‘Durante toda a semana o Atlético fez diversas exigências que a diretoria da RPC não aceitou. Por isso que a TV não transmitiu a decisão’, afirmou o editor”.⁷⁸

Além disso, houve polêmicas entre os dirigentes e demais profissionais. A diretoria atleticana teria anunciado que, em caso de vitória coritibana, não permitiria a entrega do troféu de campeão em seu estádio. O presidente do Coritiba, Giovani Gionédís reclamou do tratamento que o clube teve na Arena da Baixada, tendo ficado trancado em um vestiário sem iluminação, sem ar condicionado e com um som insuportavelmente alto. Nas palavras do dirigente: “Esse estádio, que se intitula o melhor do mundo, está parecendo o pior. Está lembrando a velha Baixada. É esse tratamento que eles querem receber no Couto Pereira? Da próxima vez eles vão descer na rua”⁷⁹. Por outro lado, os dirigentes atleticanos classificam como criminosos os atos dos profissionais do Coritiba, que teriam depredado os vestiários da Arena. O presidente do Atlético, João Augusto Fleury da Rocha, acusa: “Eles (jogadores e comissão) quebraram tudo. Espelhos, pias, privadas, até duchas. Tem água jorrando aqui. Tem até garrafa de champagne quebrada, eles pensaram que iam comemorar alguma coisa. Isso é patético e isso é um problema de polícia. É crime de dano”⁸⁰

O jogo contou com expulsões e, como no ano anterior, com um jogador projetado pelo rival decidindo o título. Desta vez foi Lima, que ao cobrar a última penalidade, deu o título ao Atlético. O jogador, questionado pela torcida coxa – quando jogava no Alto da Glória – e posteriormente pela torcida atleticana, brilharia na grande campanha rubro-negra na Libertadores daquele ano.

Mesmo desacreditado, pois a base do time vice-campeão brasileiro não havia sido mantida (alguns jogadores foram negociados e outros saíram após o término do contrato), o Atlético chegou a uma inédita final de Libertadores. Mesmo com problemas durante a competição – o Atlético trocou três vezes de treinador – e de

⁷⁸ Site da Gazeta do Povo

⁷⁹ Site do Terra

⁸⁰ Site do Terra

alguns maus resultados – o rubro-negro foi goleado por 5x0, em casa e teve ameaçada sua vaga para a segunda fase –, o time se superou e eliminou o Cerro Porteño (Paraguai), o campeão brasileiro Santos e o Chivas Guadalajara (México). Desta maneira, chegou à decisão contra o São Paulo. Pela primeira vez um clube paranaense chegava tão longe em uma competição tão importante e pela primeira vez dois clubes do mesmo país decidiriam uma Libertadores. Curitiba sediaria o primeiro jogo da final, mas, depois de brigas de bastidores, a Conmebol decidiu que a partida deveria ser realizada em outra cidade. Isto ocorreu porque o regulamento da competição não permitia que as finais fossem disputadas em estádios com capacidade inferior a 45.000 torcedores. A alternativa mais razoável seria recorrer ao estádio do rival, mas, antes de qualquer tentativa de negociação, a diretoria do Coritiba encaminhou, direto a Conmebol, um relatório explicando que o Couto Pereira havia passado por reformas e que a capacidade total teria caído para 37.182, devido à colocação de cadeiras. Inconformada pela proibição, a diretoria do Atlético abriu mão do último recurso para levar o jogo para a Arena: demoliu o muro que separava o estádio do colégio vizinho e construiu, em quatro dias, uma arquibancada tubular, com capacidade para 16 mil torcedores, que conferiria ao Joaquim Américo a capacidade mínima exigida. Não adiantou. O Atlético teve que jogar a final no Beira-Rio, estádio do Internacional, em Porto Alegre. O empate de 1x1 no primeiro jogo, fazia com que o rubro-negro e o tricolor chegassem em igualdade de condições na última partida. No entanto, o São Paulo fez valer a vantagem de jogar em casa, goleando o Atlético por 4x0. Todavia, o rubro-negro teve a chance de sair na frente, mas o meia Fabrício perdeu um pênalti no final do primeiro tempo. O vice-campeonato foi considerado, pela torcida, mídia e dirigentes, um ótimo resultado, mas, circulam entre os torcedores, representações sociais de que se o primeiro jogo fosse disputado na Arena a história seria outra.

Atualmente, o Coritiba tem vantagem no confronto direto⁸¹, possuindo 134 vitórias contra 108 derrotas, além dos 102 empates. Entretanto, nas decisões de campeonatos estaduais o rubro-negro tem melhor retrospecto conquistando sete títulos sobre o coxa e perdendo apenas em cinco finais. Em quatro outras oportunidades os dois clubes acabaram como campeão e vice (sem disputa de finais) – cada um deles levou vantagem duas vezes. Apesar da desvantagem nas

⁸¹ Computados jogos até 31/12/2005

finais o Coritiba possui mais títulos paranaenses, 32, contra 21⁸² do Atlético. Mesmo sendo um clube mais recente e, conseqüentemente, ter disputado menos campeonatos estaduais, o Atlético leva desvantagem também no aproveitamento. Enquanto o Coxa venceu 35,16% dos títulos paranaenses que disputou, o rubro-negro conquistou 24,39%. O Coritiba também leva vantagem no ranking da Federação de Futebol do Paraná, ocupando a primeira colocação (QUADRO 05).

QUADRO 05 - RANKING DE CLUBES DA FEDERAÇÃO DE FUTEBOL DO PARANÁ

CLASS.	CLUBE	PONTOS	PARTICIPAÇÕES	MÉDIA	TÍTULOS	VICES	CLASS.	CLUBE	PONTOS	PARTICIPAÇÕES	MÉDIA	TÍTULOS	VICES
1º	Coritiba	1245	91	13,68	32	19	23º	Guarani	58	12	4,83	-	2
2º	Atlético	962	82	11,73	21	14	24º	Juventus	57	12	4,75	-	-
3º	Ferroviário	478	40	11,95	8	7	25º	Paraná SC	55	9	6,11	-	1
4º	Britânia	380	51	7,45	7	1	26º	Monte Alegre	54	6	9	1	-
5º	Londrina	310	41	7,56	3	3	27º	Comercial	50	7	7,14	1	-
6º	Palestra Itália	275	37	7,43	3	2	28º	Paranavaí	40	22	1,81	-	1
7º	Grêmio Maringá	231	35	6,6	3	4	29º	Cambaraense	37	4	9,25	-	1
8º	União Bandeirante	215	38	5,65	-	5	30º	Palmeiras	37	6	6,16	-	-
9º	Paraná Clube	205	15	13,66	6	3	31º	Malutrom	32	6	5,33	-	-
10º	Colorado	179	19	9,42	1	5	32º	Campo Alegre	28	6	4,66	-	-
11º	Água Verde	179	30	5,96	1	-	33º	Prudentópolis	26	4	6,5	-	-
12º	Pinheiros	130	16	8,12	2	3	34º	Iguaçu	28	15	1,86	-	-
13º	Savóia	117	16	7,31	-	2	35º	Seleto	26	11	2,36	-	1
14º	Operário	105	28	3,75	-	14	36º	Toledo	26	15	1,73	-	-
15º	Cascavel	81	16	5,06	1	-	37º	Pontagrossense	19	3	6,3	-	-
16º	Iraty	79	12	6,58	1	-	38º	Cianorte	19	6	3,16	-	-
17º	Internacional	77	9	8,55	1	2	39º	Caramuru	19	12	1,58	-	-
18º	Matsubara	76	21	3,61	-	-	40º	Brasil	16	3	5,33	-	-
19º	Rio Branco	73	32	2,28	-	-	41º	Paranaense	16	4	4	-	-
20º	América	68	8	8,5	1	-	42º	Ponta Grossa	16	6	2,66	-	-
21º	Jacarezinho	59	7	8,42	-	3	43º	Platinense	16	7	2,28	-	-
22º	Apucarana	59	45	1,31	-	-	44º	Mandaguari	15	2	7,5	-	1

Fonte: Site www.futebolpr.com.br

Critério de Pontuação: Campeão - 20 pontos; vice - 15p; 3º - 10p; 4º - 8p; 5º - 6p; 6º - 5p; 7º - 4p; 8º - 3p; 9º - 2p e 10º - 1 ponto.

⁸² O Atlético possui um "Supercampeonato Paranaense", torneio disputado esporadicamente no ano de 2002. Os quatro melhores clubes de cada estado do Sul e de Minas Gerais disputavam, no primeiro semestre, um torneio chamado Copa Sul-Minas. Assim, Coritiba, Atlético, Paraná e Malutrom não jogaram o Campeonato Paranaense, vencido pelo Iraty. No entanto, foi realizada uma competição de poucos jogos, reunindo os clubes que disputaram o campeonato estadual e os paranaenses que jogaram a Copa Sul-Minas. Esta competição recebeu o nome de Supercampeonato Paranaense e foi vencida pelo Atlético depois de derrotar o Paraná na final. O detalhe é que não houve nenhum Atlético, pois o Coxa foi eliminado na fase semi-final pelo tricolor.

3.3 Instituições federativas paranaenses

A primeira tentativa de estabelecimento de uma organização política institucional interclubística ocorreu em 1913. Pretendia-se criar uma liga – que organizaria o primeiro torneio paranaense. No entanto, a idéia encabeçada pelo Internacional não saiu do papel. A fundação da primeira liga data de 11 de fevereiro de 1914. Todavia, a Liga Paranaense de Foot-Ball – composta originalmente por Curitiba, Paraná SC, Internacional, Operário, Paranaguá e Brasil – foi incapaz de realizar o campeonato daquele ano.

Apenas em 1915, com formação da primeira liga de futebol no Paraná a efetivamente cumprir seu papel, é disputado o primeiro campeonato estadual. A Liga Sportiva Paranaense (LSP) – cujos membros eram Curitiba, Paraná SC, Internacional, América, Bela Vista, Spartano (todos de Curitiba), Paranaguá, Rio Branco, Antoninense e Operário – tinha como incumbência gerir o futebol no estado.

Porém, a Liga Sportiva Paranaense durou apenas um ano. Antes do início do campeonato paranaense de 1916, protestos de dirigentes e jogadores do América, Curitiba, Paraná SC e Rio Branco contra o Internacional causaram um desentendimento e o abandono da liga por parte destes clubes. Os dissidentes fundaram a Associação Paranaense de Sports Athéticos (APSA). Com isso o futebol paranaense passava a possuir dois campeonatos. A pacificação veio através da visita de Olavo Bilac – que estava na cidade para acompanhar uma partida entre Internacional e Britânia. Após discurso contundente do escritor, os presidentes das duas instituições, da Liga e da Associação, trocaram um aperto de mão, simbolizando a criação de uma nova instituição interclubística, a Associação Sportiva Paranaense (ASP). Foi acordado também que o título paranaense de 1916 seria dado ao vencedor de uma partida entre o campeão da LSP e da APSA. Em 1926, a Associação Sportiva Paranaense teve seu nome alterado para Federação Paranaense de Desportos (FPD).

A partir de 1929, o título paranaense passava a ser definido através do confronto entre o campeão da FPD (que reunia os clubes da capital) e campeões das demais ligas regionais⁸³.

Em 1937, a FPD se desmantela em duas entidades, a Liga Curitibana de Futebol (LCP), que administraria o futebol na capital, e a Federação Paranaense de

⁸³ Até 1928, os clubes do Litoral e dos Campos Gerais participavam do campeonato organizado pela Federação Paranaense de Desportos. Foram criadas, então, ligas regionais, como: Liga dos Campos Gerais, Liga Litorânea, Liga de União da Vitória, Liga de Jacarezinho, entre outras.

Futebol (FPF), que controlaria o esporte no restante do estado. A LCP só dura dois anos e, em 1939, é anexada pela Federação Paranaense de Futebol, instituição que rege o futebol paranaense até hoje (FIGURA 24).

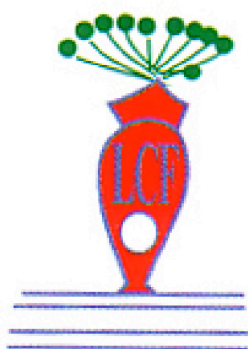
FIGURA 24 - DISTINTIVOS DAS INSTITUIÇÕES FEDERATIVAS PARANAENSES



**Associação Sportiva
Paranaense - 1915**



**Federação Paranaense
de Desportos - 1926**



**Liga Curitibana
de Futebol - 1937**



**Federação Paranaense
de Futebol - 1937**

Fonte: Adaptado de MACHADO & CHRESTENZEN, 2005

Porém, de 1958 a 1965, o campeonato paranaense é disputado a partir de zonas. O estado foi dividido em Zona Norte e Sul – em alguns anos havia também a Zona Central. Os campeões das zonas se enfrentavam a fim de definir o melhor clube do estado.

Em 1966, a Federação Paranaense de Futebol unifica o Campeonato do Norte e do Sul, fortalecendo o futebol estadual e sua influência política. Para comportar todos os clubes são formadas duas divisões, a especial e a primeira divisão. Desde então, o Campeonato Paranaense é disputado entre clubes de todo o

estado. Entretanto, houve uma grande variação de números de participantes, bem como de fórmulas de disputa⁸⁴ – inclusive muitas delas consideradas confusas.

A Federação Paranaense de Futebol se localiza na Avenida Victor Ferreira do Amaral – no bairro do Tarumã – juntamente ao Centro Esportivo Pinheiro (popularmente conhecido como Pinheirão), em um terreno que lhe foi doado no ano de 1968. Construída em 1978 – a atual sede é a terceira da FPF, que já funcionou no Palácio Garcez (Centro) e na Rua Manoel Ribas (bairro Mercês).

A estrutura política da Federação Paranaense de Futebol contém, além do presidente, sete vice-presidentes, um conselho fiscal (presidente, secretário e membros), diretor administrativo (para registros e transferências), diretor de futebol profissional, de futebol de categorias de base, de futebol amador da capital/máster e sênior, de futebol amador do interior, de futebol feminino, de futebol dente de leite/mirm/pré-mirim/pré-infantil, coordenador regional, seis departamentos (financeiro, de relações públicas, de segurança, de comercialização e marketing, de promoções e eventos). Há também as comissões de antidoping e de arbitragem, além do tribunal de justiça desportiva, assessoria jurídica e de imprensa.

Onaireves Nilo Rolim de Moura é o décimo quinto presidente da entidade. Ele já ocupa o cargo há vinte anos ininterruptos. São dez mandatos, cada um de dois anos. O dirigente foi presidente do Atlético antes de assumir a Federação, inclusive sendo bicampeão paranaense, em 1982-83. Ele já foi substituído por um interventor depois de receber uma acusação de uso indevido do dinheiro da instituição.

Foi em seu período à frente da entidade que o Pinheirão foi reaberto. O estádio, o único de propriedade exclusiva de uma federação, foi projetado para comportar 180 mil pessoas. Suas obras se iniciaram no mandato do presidente José Milani, mas ficaram paralisadas por muitos anos. O projeto original foi alterado e o Pinheirão atualmente conta com uma capacidade para 35 mil torcedores sentados. O estádio também foi transformado em um complexo poliesportivo – com pista de atletismo, ciclismo e estrutura para a prática do golfe⁸⁵. Mais recentemente, em 2003, o Pinheirão passou por novas reformas para sediar um jogo da Seleção Brasileira pelas Eliminatórias para a Copa do Mundo 2006 (FOTOS 25, 26, 27 e 28).

⁸⁴ O Campeonato Paranaense, assim como a maioria dos campeonatos estaduais ou nacionais, varia muito sua fórmula de disputa ano a ano. A fórmula de disputa pode ser de pontos corridos, com finais, com quadrangulares finais, em dois turnos (com os campeões de cada turno se enfrentando em finais), divisões por zonas no estado, entre outras.

⁸⁵ Site www.futebolpr.com.br

FOTO 25 - PINHEIRÃO – PROJETO ORIGINAL



Fonte: Site www.temposdofutebol.hpg.ig.com.br

FOTO 26 - PINHEIRÃO – COM A PISTA DE ATLETISMO



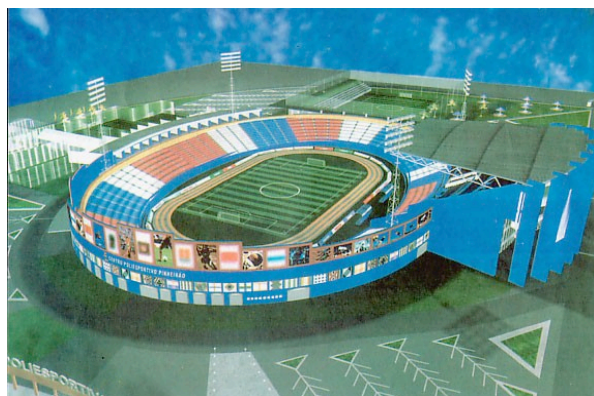
Fonte: Site www.temposdofutebol.hpg.ig.com.br

FOTO 27 - PINHEIRÃO – REFORMADO



Fonte: Site www.temposdofutebol.hpg.ig.com.br

FOTO 28 - PINHEIRÃO – PROJETO DA ÚLTIMA REFORMA



Fonte: Site www.temposdofutebol.hpg.ig.com.br

Instalações - Centro Poliesportivo Pinheiro (Pinheirão)

- Capacidade atual: 28.000 (todos lugares com cadeiras)
- Capacidade prevista: 38.000
- Fundação: 15/06/1985
- Maior Público: 44.475 (Atlético x Coritiba – decisão de 1998)
- Camarotes: 40 (385 lugares)
- Banheiros: 80 (40 coletivos e 40 para os usuários dos camarotes)
- Lanchonete: 16
- Estacionamento: 5.000 vagas
- Medida do Campo: 105 m x 76 m
- Equipamento de segurança: Câmeras de vigilância, 22 saídas de emergência

Fonte: Gazeta do Povo, Caderno de Esportes, 17/11/2003, Revista Lance!.
Guia do Brasileirão 2005, MACHADO & CHRESTENZEN, 2005

3.4 A fusão entre Colorado e Pinheiros e o surgimento de uma nova força no futebol de Curitiba, o Paraná Clube

O já tradicional Clube Atlético Ferroviário – fundado em 1930 pelos funcionários da rede ferroviária – conquista seu segundo bicampeonato estadual, em 1965-66, somando oito títulos. O Ferroviário, extinto em 1971 (através de uma fusão), protagonizou grandes clássicos contra Coritiba e Atlético. A rivalidade não chegou a ser do tamanho da entre rubro-negros e coxas-brancas, mas os resultados conseguidos, em campeonatos estaduais, fizeram com que o clube se tornasse uma potência do futebol curitibano. Juntamente com Coritiba e Atlético formava o “Trio de Ferro”, apelido dado a estes times, na década de 1940, devido às presenças constantes nas decisões de campeonatos e aos títulos (de 1930 a 1960, um dos três clubes só não foi campeão paranaense em duas oportunidades).

O clube mandava seus jogos em seu estádio próprio, o Durival Britto – conhecido também como Vila Capanema. O estádio era o maior do estado e um dos melhores do Sul do Brasil, tanto que foi um dos palcos da Copa do Mundo de 1950 (foram dois jogos: Espanha 3x1 Estados Unidos e Paraguai 2x2 Suécia). O uniforme do Ferroviário era composto por uma camisa vermelha com detalhes pretos nas golas e mangas e calções brancos. Eventualmente, o clube jogava com camisas brancas ou listradas verticalmente em vermelho, branco e preto.

Dentre as várias decisões das quais participou o Ferroviário, uma delas foi a mais marcante, ou pelo menos a mais polêmica: a de 1950 (que só ocorreu em janeiro de 1951). No Durival Britto, o clássico contra o Coritiba apontaria o campeão paranaense. O clube mandante garantia o título com um empate, que foi conseguido aos 44 minutos do segundo tempo. O Coritiba foi para o ataque e Renatinho marcou o gol que daria o título ao time alviverde. No entanto, o árbitro anulou o gol alegando que a bola haveria entrado por fora da baliza e furado a rede. No dia seguinte, em um jornal da cidade foi publicada uma foto mostrando a bola dentro do gol (FOTO 29). O Coritiba recorreu à Federação Paranaense de Futebol, que lhe concedeu ganho de causa. Todavia, o Ferroviário protestou diretamente à CBD (Confederação Brasileira de Desportos), que decidiu, através do Supremo Tribunal de Justiça Desportiva, declarar o Ferroviário como campeão.

FOTO 29 - FOTO DO POLÊMICO LANCE



Fonte: Adaptado de GOUSSINSKY; ASSUMPÇÃO, 2000

Se o Britânia Sport Club não fazia parte do chamado Trio de Ferro, era um clube dono de uma marca impressionante: o Hexacampeonato, de 1918 a 1923. O clube era o resultado de uma fusão entre o Leão FC e o Tigre FC, ambos do bairro do Rebouças. O nome do clube era uma homenagem a Grã-Bretanha, berço do futebol, e suas cores eram iguais as da bandeira inglesa: vermelha e branca. O Britânia usava um uniforme listrado verticalmente com estas duas cores.

O clube, que conquistou sete títulos paranaenses em sua história, teve dois estádios. Curiosamente, eles tinham o mesmo nome: Paula Soares Neto. O primeiro deles funcionou de 1943 a 1946 e recebia o apelido de Fazendinha. Localizava-se na rua Carlos Dietzsch, nas proximidades da Igreja do Portão. Em 1965, o Britânia inaugurou outro estádio e deu o mesmo nome do anterior. O novo estádio ficava no bairro do Guabirota, onde hoje funciona o Supermercado Big, e foi herdado pelo Paraná Clube depois das diversas fusões (o mesmo que aconteceu com a Vila Capanema).

O heptacampeonato do Britânia foi evitado pelo Palestra Itália Futebol Clube, fundado em 1921, por representantes da colônia italiana em Curitiba. Em 1932, o clube reinaugurou o estádio do Batel – conhecido como campo do “Gaúcho”, pois pertencia a um clube com este nome depois de ter sido utilizado pelo Paraná SC – e o rebatizou com o seu próprio nome. Em 1936, o Estádio Palestra Itália foi vendido para o Junak, que dois anos depois modificou seu nome para SEF Juventus. Após a Segunda Guerra o estádio foi novamente rebatizado, agora como Franklin Delano

Roosevelt. O Juventus encerrou suas atividades esportivas profissionais e hoje o estádio faz parte de sua sede, no bairro do Batel. As mudanças de nomes, devido a Segunda Guerra, atingem também o Palestra Itália. Com a proibição de referências aos países do eixo, o clube muda seu nome para Clube Atlético Comercial e posteriormente para Palmeiras. O nome original foi re-adotado em 1946 com o fim da proibição. O Palestra ainda teve mais um estádio, também homônimo ao clube, no bairro do Tarumã. O “Inferno Verde”, como era conhecido o estádio, foi inaugurado em 1964 e desativado dois anos depois. Atualmente faz parte do patrimônio paranista.

No ano de 1971, quando o Coritiba iniciaria uma série de seis conquistas, os tradicionais Ferroviário, Britânia e Palestra Itália se fundiram originando o Colorado Esporte Clube. O novo clube, como seu nome sugere, seria alvirrubro, tendo suas camisas vermelhas e calções brancos. O melhor período da breve história do Colorado foi entre 1974 e 1980, quando somou quatro vice-campeonatos e um título, neste último ano. Título este muito polêmico, pois através de uma decisão do presidente da Federação Paranaense de Futebol Luiz Gonzaga da Motta Ribeiro, ele foi dividido entre Colorado e Cascavel (MACHADO; CHRESTENZEN, 2005). O jogo que gerou toda esta confusão de bastidores foi bastante tumultuado. No jogo decisivo, o Colorado precisava vencer o Cascavel por uma diferença de cinco gols para ser campeão, caso contrário o título iria para a equipe do interior. O Colorado consegue ir para o vestiário com uma vantagem de 2x0 no placar e de dois jogadores a mais, já que foram expulsos dos atletas do Cascavel. O time do interior volta com apenas sete jogadores para o segundo tempo, pois o médico havia vetado o retorno de dois jogadores e o Cascavel não poderia mais efetuar substituições. O goleiro do Cascavel também se contundiu e o juiz foi obrigado a terminar a partida por insuficiência de atletas⁸⁶ do clube do interior. O episódio das contusões, ditas forjadas, ganhou o nome de “cai-cai”. O Cascavel seria supostamente o campeão, pois se o jogo fosse anulado, o placar que constaria seria de 1x0 para o Colorado. Mesmo assim, o Colorado deu a volta olímpica em seu estádio, comemorando o título. A decisão só veio dias depois, proclamando ambos como campeões paranaenses. Atualmente, a Federação Paranaense de Futebol, através de seu Site oficial⁸⁷ reconhece o Colorado como campeão e o Cascavel como vice.

⁸⁶ As regras do futebol prevêm que uma partida não pode prosseguir se um dos dois times não tiver o número mínimo de seis jogadores.

⁸⁷ Site oficial da Federação Paranaense de Futebol

No mesmo ano da fundação do Colorado, o Esporte Clube Água Verde muda novamente⁸⁸ de nome e inclusive de cores. O clube passa a se chamar Esporte Clube Pinheiros, utilizando um uniforme composto por camisas azuis e calções brancos. O clube, que até então havia conquistado um Campeonato Paranaense (em 1967), mandava seus jogos no Estádio Orestes Thá, na Vila Guaíra. Este foi inaugurado em 1953 e desativado em 1983, quando o já Pinheiros construiu o Estádio Erton Coelho de Queiroz, no bairro do Boqueirão. Conhecido também como Vila Olímpica, o estádio funciona até os dias atuais, pertencendo ao Paraná Clube (FOTO 31).

O melhor período da história do Pinheiros foi entre 1984 a 1988, quando decidiu todos os campeonato paranaense. Destes venceu dois, em 1984 e 1987, um contra o Coritiba e o outro contra o Atlético.

A curta história de Pinheiros e Colorado teve fim no dia 19 de dezembro de 1989, quando ambos se fundiram e originaram o Paraná Clube. As conversas entre pinheirenses e colorados começaram na metade de 1988. De lá até a fusão oficial foram muitas reuniões para definir todos os detalhes. A escolha do nome foi rápida, pois havia comum acordo entre as duas diretorias, pois tanto o Colorado quanto o Pinheiros cogitaram adotar o nome do estado. Pensou-se nas cores da bandeira do estado, verde e branca, mas a idéia foi descartada, pois eram as cores do Coritiba. Optou-se então pela manutenção das cores dos dois clubes. O Paraná herdaria a cor vermelha do Colorado, a azul do Pinheiros e o branco, comum aos dois. Seu uniforme, inclusive seria uma fonte de discussões e disputas políticas, pois os dirigentes oriundos do Colorado não aceitavam que houvesse mais azul na camisa e os do Pinheiros vice-versa. O símbolo seria uma águia, mas posteriormente adotou-se a gralha azul, ave típica do estado (FIGURAS 25 e 26)

⁸⁸ Fundado em 1914, o Savóia passou por diversas trocas de nomes até chegar a se chamar Água Verde. O clube, logo no começo de sua história realizou uma fusão com o Operário (de Curitiba), recebendo o nome de Savóia-Operário. A fusão durou apenas um ano (1917), mas uma nova foi feita como Água Verde, resultando o Savóia-Água Verde. Desfeita a fusão – que durou de 1920 a 1925) – o clube volta a se chamar Savóia. No período da Segunda Guerra Mundial, as associações com nomes que remetessem aos países do Eixo deveria trocar seu nome. O nome italiano foi trocado por Avaí, em 1942. Neste mesmo ano há uma nova mudança o clube passaria a se chamar Brasil e dois anos depois, Água Verde – em homenagem ao bairro de origem. A última mudança foi para Pinheiros.

FIGURA 25 – UNIFORME DO PARANÁ



Fonte: Site oficial do Paraná Clube

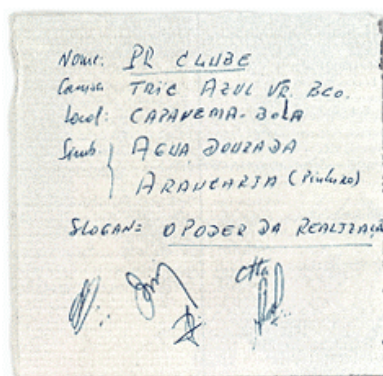
FIGURA 26 - GRALHA AZUL



Fonte: Site oficial do Paraná Clube

A fundação simbólica do Paraná Clube se deu em um restaurante de Santa Felicidade, quando foram definidos as cores, a camisa, os símbolos (além da gralha azul, a araucária) e a distribuição patrimonial. Estavam reunidos no almoço três diretores de cada clube. Estes assinaram o primeiro “documento” do Paraná Clube, um guardanapo (FOTO 30).

FOTO 30 - O GUARDANAPO

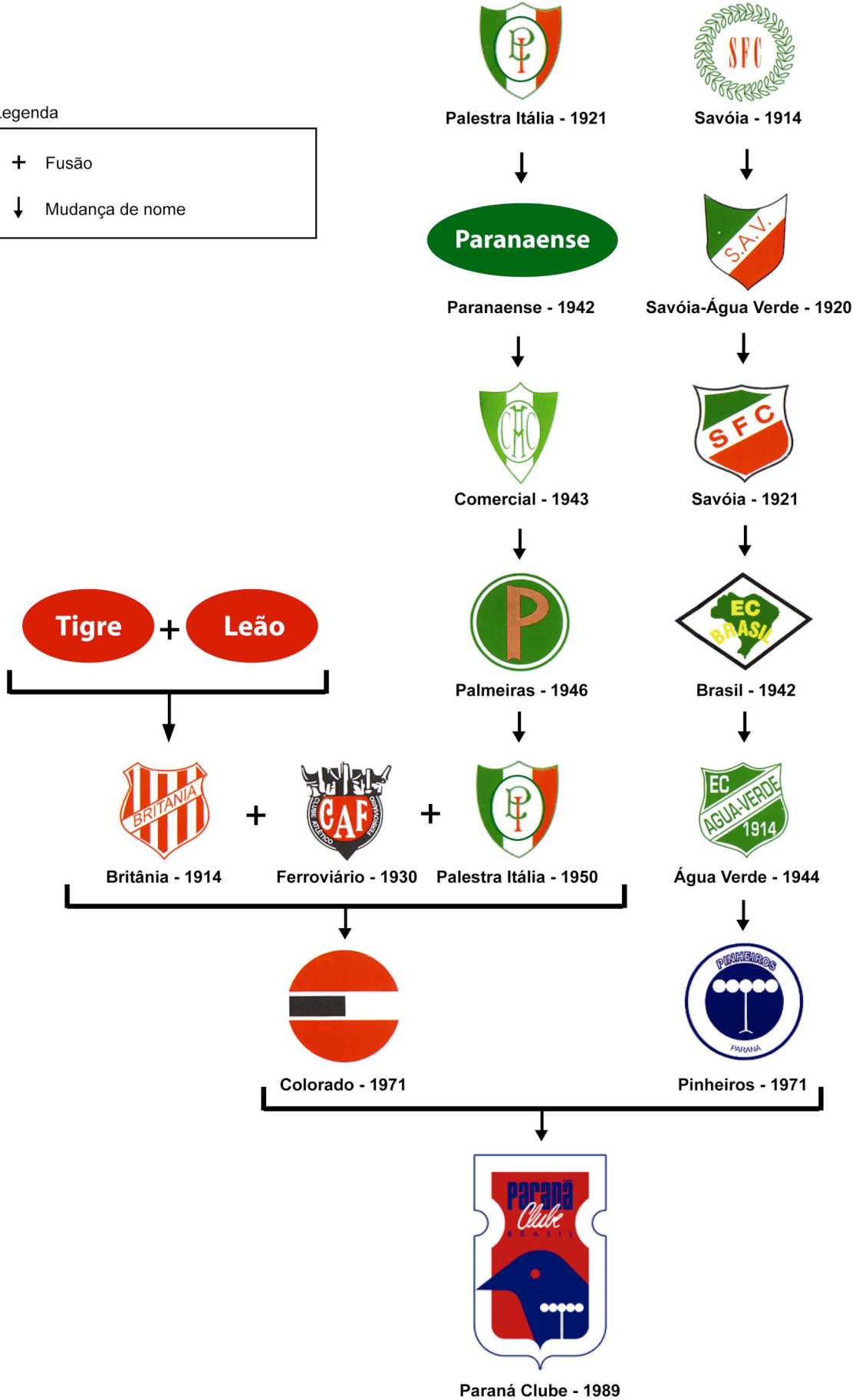
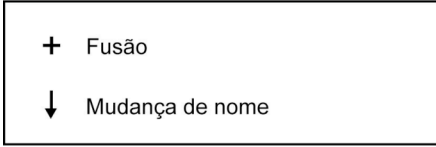


Fonte: Site oficial do Paraná Clube

Foram várias reuniões antes da oficialização que ocorreu no dia 19 de dezembro de 1989, quando foi feita a escritura pública da ata da fusão (FIGURA 27). Ficou definido que a sede seria na Avenida Kennedy, no bairro do Portão, e que o clube mandaria seus jogos em Vila Capanema. O Paraná Clube já nascia com patrimônio invejável e com uma estrutura para se tornar um grande time do estado. Surgia um novo Trio de Ferro, composto por Coritiba, Atlético e Paraná.

FIGURA 27 - FUSÕES

Legenda



Fonte Dados extraídos de MACHADO; CHRESTENZEN, 2005 e do Site oficial do Paraná Clube

Logo em seu segundo Campeonato Paranaense, o Paraná Clube mostra que seria uma potência estadual conquistando o título. No ano seguinte, se insere definitivamente no espaço de representação do futebol brasileiro, sendo campeão da Série B. Bem administrado, o clube teve a hegemonia dos anos 1990 no estado. De 1993-97, o Paraná conquistaria o pentacampeonato estadual. A torcida paranista cresceu muito neste período, principalmente entre os jovens, e aqueles torcedores dos extintos clubes que originaram o Paraná se entusiasmaram. Em 2000, o Paraná disputou o Módulo Amarelo da Copa João Havelange (equivalente à Série B do Campeonato Brasileiro) e se sagrou campeão, reafirmando sua força nacionalmente.

Nos anos 2000s, o Paraná não conseguiu repetir a sua primeira década. O clube não venceu nenhum campeonato e nos últimos três estaduais tem lutado para não ser rebaixado. Nos Brasileirões, vem conseguindo se manter na Série A. Em 2005, o Paraná realizou sua melhor campanha em nacionais, terminando o Campeonato Brasileiro em sétimo.

Como o clube não tem uma vocação exclusiva para o futebol, sendo também um clube social, diversos conflitos ocorrem em sua diretoria. O atual presidente José Carlos de Miranda tem como um dos seus principais projetos o retorno para a Vila Capanema, a casa do Paraná Clube. Este é um fator decisivo para o sucesso do futebol no clube.

Problemas de estrutura afastaram o Paraná da Vila Capanema, em 2002. Quatro anos antes o clube já havia realizado um acordo com a Federação de Futebol do Paraná para a utilização do Pinheirão. A FPF havia cedido o uso de seu estádio para o Paraná Clube por cem anos em troca de uma quantia simbólica de R\$ 1,00. O clube deveria arcar com grande parte das despesas do estádio. O acordo foi desfeito em 2002, mas o Paraná continuaria utilizando o Pinheirão, mas agora pagando 5% da renda da partida para a Federação, que realizava a manutenção do estádio.

No entanto, a mudança desagradou diversos torcedores paranistas, que preferiam assistir os jogos na Vila Capanema. A alegação é que o Pinheirão não é confortável e se localiza longe do centro da cidade. A torcida paranista não se identifica com o Pinheirão, algo fundamental nas relações simbólicas do espaço de representação do futebol.

O projeto de retorno à Vila Capanema prevê a remodelação do antigo estádio, com a construção de uma nova arquibancada, camarotes, novos banheiros, bares e reforma no gramado (FIGURAS 28 e 29). O objetivo é dar mais conforto ao torcedor paranista, e trazê-lo novamente ao estádio. A torcida tricolor tem baixa presença nos

jogos de seu clube. Ela, em geral, tem uma identidade futebolística menos sólida com o clube do que a dupla Athletiba. Isto se deve às diversas fusões que ocorreram na história paranista. As fusões não afetam apenas a política institucional dos clubes, mas principalmente eliminam símbolos e mitos, além de diluir as identidades futebolísticas.

FOTO 31 - VILA OLÍMPICA



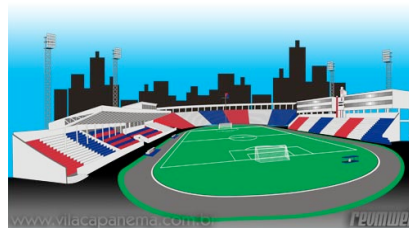
Fonte: Site www.templbsdofutebol.hpg.ig.com.br

FIGURA 28 - DESENHO DA VILA CAPANEMA ANTES DA REFORMA



Fonte: Site www.vilacapanema.com.br

FIGURA 29 - DESENHO DA VILA CAPANEMA DEPOIS DA REFORMA



Fonte: Site www.vilacapanema.com.br

Instalações Futuras – Estádio Durival Britto (Vila Capanema)

- Arquibancada para 3.000 pessoas (Relógio);
- Arquibancada para 7.500 pessoas (Gol dos Fundos);
- Arquibancada para 2.085 pessoas (Visitantes);
- Cadeiras para 3.515 pessoas;
- 56 Camarotes para 560 pessoas;
- Refeitório para os atletas;
- 20 Dormitórios para 40 atletas;
- Departamentos Médico; de Fisioterapia; e de Nutrição;
- Lavanderia e Rouparia
- 3 Vestiários;
- 69 banheiros (11 públicos e 56 nos camarotes), 2 banheiros para portadores de necessidades especiais, 2 Fraldários;
- Sala de Imprensa e rampa de acesso para imprensa;
- 4 Salas para a Administração, Secretaria;
- Loja Tricolor (filial);
- 6 Lanchonetes;
- Estacionamento;
- Escola de Futebol - 350 alunos;
- 1 Cancha para uso da escola de futebol;
- 1 Cancha Oficial para uso do Futebol Profissional.

Fonte: Site www.vilacapanema.com.br

3.5 O futebol no interior

A partir de 1958, o futebol do interior do Paraná experimenta uma evolução. Isto se deve à nova fórmula do campeonato, disputado em zonas (norte e sul). Através deste formato, os clubes do interior invariavelmente disputavam o título estadual. O Campeonato Paranaense conquistado pelo Clube Atlético Monte Alegre (conhecido também como CAMA, devido sua sigla), em 1955, foi o primeiro de um clube fora de Curitiba. O clube de Telêmaco Borba realizou "algo até então inédito e tido como impossível"⁸⁹. O feito foi patrocinado pelo empresário do papel Horácio Klabin, que montou a estrutura necessária – um estádio e um bom time – para tirar o título da capital. No entanto, o clube não se manteve por muito tempo, encerrando suas atividades de futebol profissional há cerca de vinte anos, graças ao corte do patrocínio da Klabin.

No entanto foi no princípio dos anos 1960 que o interior transformou seu potencial em títulos. Foi uma seqüência de quatro conquistas: Comercial (de Cornélio Procópio), Londrina e Grêmio Maringá por duas vezes.

O futebol do interior do Paraná era respeitado pelos clubes da capital e de outros estados. Conseguiu uma projeção no espaço de representação nacional no final dos anos 1970 e no começo dos 1980, quando Londrina e Grêmio de Maringá disputaram a primeira divisão do Campeonato Brasileiro. O Londrina, conhecido como Tubarão (sua mascote), acabou o Brasileirão de 1977 em quarto lugar, o melhor resultado de um clube paranaense até então.

Os clubes do interior, sobretudo Londrina e Grêmio Maringá se estruturaram, construindo estádios e revelando jogadores. O Estádio do Café (Jacy Scaff), em Londrina, o Willie Davis, em Maringá, e o Olímpico Regional, em Cascavel, são grandes estádios, com capacidade superior a 30.000 torcedores. No entanto, a partir da metade dos anos 1990, o futebol do interior do estado entra em uma crise econômica, resultado de más administrações e pela constante ausência dos clubes nos principais campeonatos do país. O Campeonato Paranaense não era mais suficiente para sustentar estes clubes.

Alguns destes clubes fecharam as portas e abriram com outros nomes, outros encerraram suas atividades definitivamente, mas alguns ainda continuam ativos. O Monte Alegre, por exemplo, não existe mais. O Cascavel fechou e reabriu por diversas vezes, mudando seu distintivo e suas cores. Tais alterações de símbolos

⁸⁹ Gazeta do Povo. Caderno de Esportes, 04 set. 2005, p 05.

descaracterizaram-no no espaço de representação do futebol paranaense. Casos parecidos aconteceram com Grêmio Maringá e Operário, que cessaram suas atividades por um determinado tempo e as retomaram nos últimos anos. O Grêmio Maringá, hoje, se chama Galo Maringá em uma alusão a sua tradicional mascote, mantendo as cores preta e branca. O Operário, apesar de nunca ter sido campeão paranaense, decidiu o título estadual por catorze vezes. O futebol profissional do clube de Ponta Grossa voltou a funcionar nos últimos anos, mas o Operário encontra dificuldades e já não decide mais o título estadual desde 1961, quando perdeu para o Comercial, de Telêmaco Borba.

As exceções são Londrina e União Bandeirante, que mantiveram suas tradições, mas com muitas dificuldades. O Londrina, inclusive foi campeão paranaense em 1981 e 1992, décadas nas quais apenas o clube do Norte do Paraná e os da capital conquistaram o título. Nestas décadas também, o União Bandeirante decidiu o título em duas oportunidades, um fato raro para os clubes do interior já que apenas o Cascavel e o Grêmio Maringá – além dos dois clubes citados anteriormente – conseguiram chegar a decisões (estes por apenas uma vez). O Cascavel foi protagonista de um dos episódios mais polêmicos da história do futebol paranaense, a decisão do Campeonato Paranaense, em 1980, quando ocorreu a confusão citada anteriormente envolvendo este clube e o Colorado (de Curitiba).

A crise dos tradicionais clubes do interior deu oportunidade para o surgimento de novos clubes e para que aqueles não tão tradicionais se destacassem. O Iraty é um exemplo disto. O clube foi campeão paranaense no ano 2002, em um torneio que o Trio de Ferro não disputou. Mesmo assim, demonstrou ser uma grande força do interior. O Iraty tem presença constante em fases finais dos campeonatos paranaenses. Outros clubes do interior conseguiram se destacar, tais como o Atlético Paranaíba (vice-campeão paranaense, em 2003), a ADAP, o Cianorte e o J. Malucelli (antigo Malutrom). Este clube surgiu como um combinado entre duas tradicionais famílias de Curitiba, Malucelli (*Malu*) e Trombini (*Trom*), para disputar campeonatos *masters* (jogadores com idade elevada), em 1978. Antes de se tornar um clube profissional, o Malutrom assinou um contrato de parceria com o São José Esporte Clube e se mudou para São José dos Pinhais, em 1997. Um ano depois o Malutrom disputaria o seu primeiro campeonato profissional. Desde então, o clube experimentou rápido sucesso, sendo campeão brasileiro da terceira divisão em 2000, disputando as finais do Brasileirão. O clube, que trocou de nome em 2005, é uma Sociedade Anônima, tendo assim, como objetivo lucrar com o futebol. O J.

Malucelli faz parte de um forte grupo econômico paranaense homônimo. Mesmo com os bons resultados não conseguiu angariar torcedores por não ter uma identificação com a cidade em que está sediado, São José dos Pinhais (Região Metropolitana de Curitiba).

3.6 Panorama atual do Futebol Paranaense

Atualmente, o futebol paranaense ocupa uma posição de destaque em âmbito nacional. Segundo o ranking das federações estaduais da CBF – que leva em consideração o desempenho dos clubes em competições nacionais –, o Paraná ocupa a quinta colocação (QUADRO 06).

QUADRO 06 - RANKING DAS FEDERAÇÕES ESTADUAIS DA CBF

CLASS.	FEDERAÇÃO	PONTOS	CLASS.	FEDERAÇÃO	PONTOS
1º	São Paulo	14.654	15º	Maranhão	767
2º	Rio de Janeiro	8.275	16º	Distrito Federal	736
3º	Rio Grande do Sul	5.084	17º	Mato Grosso do Sul	726
4º	Minas Gerais	4.750	18º	Paraíba	712
5º	Paraná	4.369	19º	Amazonas	694
6º	Pernambuco	3.734	20º	Sergipe	470
7º	Bahia	2.831	21º	Piauí	425
8º	Goiás	2.663	22º	Mato Grosso	381
9º	Santa Catarina	2.094	23º	Acre	131
10º	Ceará	1.775	24º	Rondônia	72
11º	Pará	1.774	25º	Tocantins	68
12º	Alagoas	971	26º	Amapá	58
13º	Rio Grande do Norte	953	27º	Roraima	41
14º	Espírito Santo	810			

Fonte: Site oficial da CBF

Revisado e atualizado em: 05/12/05

Critérios: Este ranking mede o desempenho das federações estaduais, através dos resultados dos clubes filiados, em campeonatos nacionais – Campeonato Brasileiro e Copa do Brasil. A pontuação é realizada da seguinte forma: 60 pontos para o campeão do Brasileirão, 59 para o vice, 58 para o terceiro e assim por diante. Os quatro rebaixados para a Série B ganham 4, 3, 2 e 1 pontos dependendo de sua posição (o último ganha 1, o penúltimo 2...). A pontuação da Série B ocorre da mesma maneira só que o campeão ganha 40 pontos. Os três últimos ganham 1 ponto e o 20º recebe 21. Na Série C, o campeão ganha 20 pontos e, a partir do 20º colocado, cada participante soma 1 ponto. A pontuação da Copa do Brasil se dá por fases. Os clubes que saírem na primeira e segunda fases ganham, respectivamente, 1 e 2 pontos. Os clubes que forem eliminados nas oitavas de final, nas quartas de final e nas semi-finais, recebem, respectivamente 3, 5 e 10 pontos. O campeão ganha 30 e o vice, 20.

É importante ressaltar que os quatro estados que estão a frente (respectivamente, São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Minas Gerais) são os mais tradicionais no futebol brasileiro, ou seja, são aqueles que historicamente tiveram mais representação em competições nacionais (como no Torneio Roberto

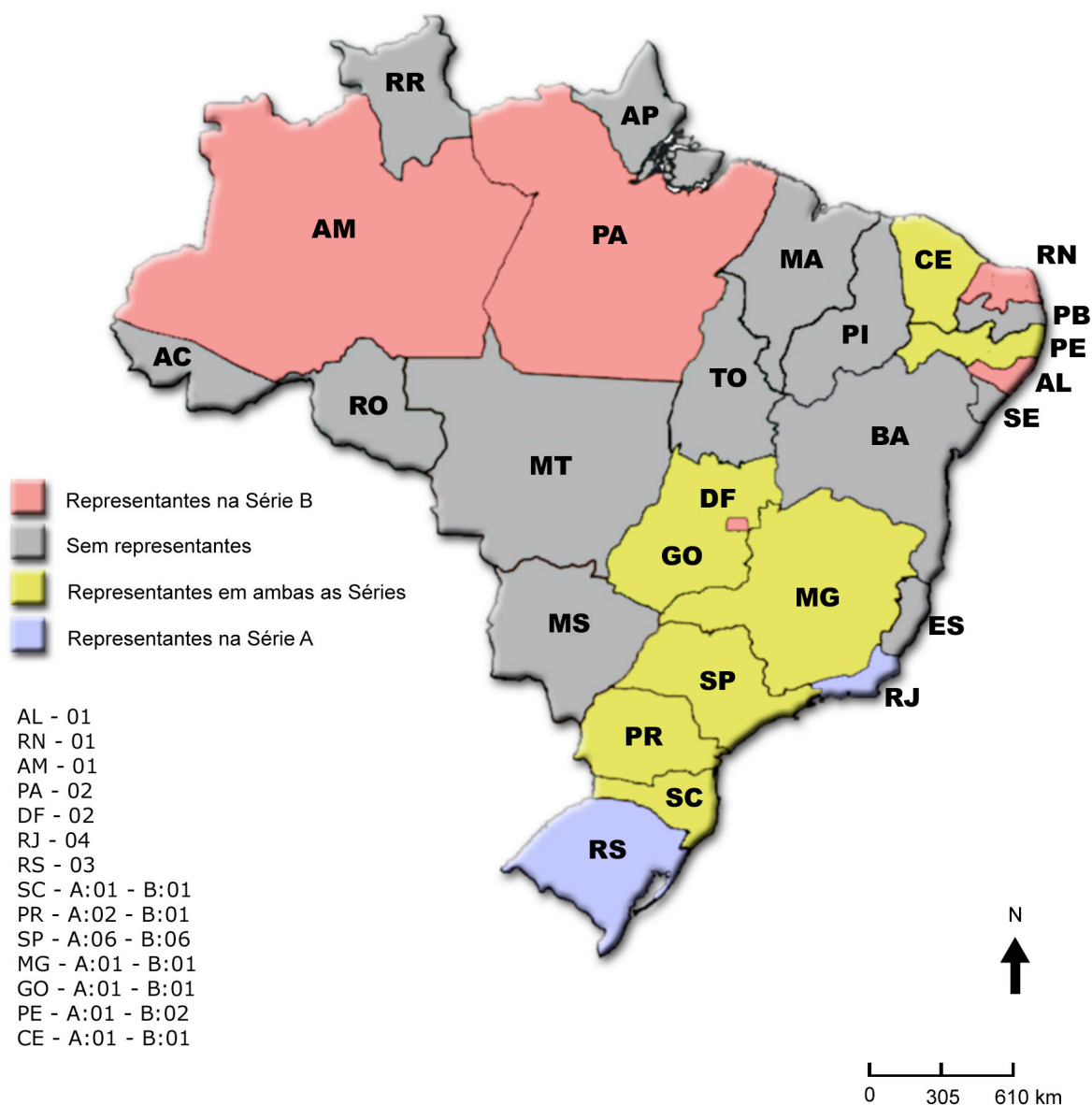
Gomes Pedrosa). Os clubes paranaenses ganharam representatividade no espaço de representação do futebol brasileiro apenas em 1967, quando o Ferroviário disputou o primeiro Robertão. Naquela época, apenas um clube paranaense poderia representar o estado em competições nacionais, o que permaneceu até 1973, quando Coritiba e Atlético participaram do Brasileirão. Os estados mais tradicionais – tanto futebolisticamente quanto econômica e politicamente falando – possuíam mais representantes nestes torneios. Paulistas e cariocas contavam com quatro vagas cada e os gaúchos e mineiros, com duas cada.

Atualmente, as vagas para o Campeonato Brasileiro não são mais definidas por estados, mas sim pelo desempenho dos clubes individualmente. Desde 1995, com uma interrupção em 2000⁹⁰, o estado do Paraná é representado por três clubes: Coritiba, Atlético e Paraná Clube, demonstrando que o futebol paranaense ganhou importância no espaço de representação do futebol brasileiro, através de relações de poder. No Brasileirão de 2005, Curitiba foi juntamente com São Paulo, a segunda cidade com mais clubes, perdendo apenas para o Rio de Janeiro, com quatro. No entanto, o estado com mais representantes foi São Paulo, com seis; seguido do Rio de Janeiro (quatro); Paraná (três); Rio Grande do Sul e Minas Gerais (dois cada); além de outros cinco estados com um representante (Santa Catarina, Goiás, Distrito Federal, Pará e Ceará). Em 2006, com o rebaixamento do Coritiba, o estado vai ter apenas dois representantes, mas mesmo assim contará com mais clubes que os tradicionais estados de Minas Gerais, Pernambuco e Bahia. Considerando a quantidade de clubes nas Séries A e B, a vantagem paulista aumenta. Em 2006, serão doze clubes dos quarenta. Os cariocas vêm em seguida com quatro. Espírito Santo, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Bahia, Sergipe, Piauí, Paraíba, Maranhão, Tocantins, Rondônia, Roraima, Acre e Amapá não possuem representantes nas duas principais divisões⁹¹ do futebol brasileiro (CARTOGRAMA 03).

⁹⁰ O Paraná Clube não disputou a primeira divisão do Campeonato Brasileiro, de 2000, que se chamou Copa João Havelange, porque foi rebaixado para a Série B no ano anterior. No entanto, através de uma manobra política, clubes que foram rebaixados em 1999 e que estavam na segunda divisão foram promovidos à Série A (naquele ano, Módulo Azul). O Paraná não participou de tal articulação e jogou o Módulo Amarelo (o equivalente à segunda divisão). A fórmula da Copa João Havelange previa que os melhores colocados dos módulos se enfrentassem (12 do Azul, 3 do Amarelo e o campeão do Verde-Branco). Como o Paraná foi campeão de seu módulo, assim como o Malutrom (clube de São José dos Pinhais, que atualmente se chama J. Malucelli), disputou as finais e brigou pelo título de campeão brasileiro.

⁹¹ Todos os estados possuem representantes na Série C, pois as vagas para a competição são definidas pelo desempenho estadual das equipes. Sendo, assim, não existem clubes com vaga garantida para este campeonato. As primeiras fases da Série C são disputadas regionalmente.

CARTOGRAMA 03 - CLUBES NA SÉRIE A E B DO CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2006 POR UNIDADE DE FEDERAÇÃO



Fonte: Dados extraídos do Site oficial da CBF

Além do crescimento em representatividade, o futebol paranaense apresentou (e continua o fazendo) um salto de qualidade, que o credencia como uma das grandes forças do futebol nacional nos últimos dez anos. O que demonstra que nas relações de poder dentro do fato futebolístico – na obtenção de resultados – o futebol paranaense tem conseguido diminuir a distância histórica em relação ao futebol dos quatro estados mais tradicionais. O próprio ranking das federações estaduais prova isto. A distância do Paraná para Minas Gerais e Rio Grande do Sul é de 381 e 715 pontos respectivamente, enquanto apresenta uma vantagem de 635 e 1538 em relação a Pernambuco e a Bahia, estados que tiveram sua inserção no

espaço de representação do futebol nacional em período contemporâneo aos clubes paranaenses.

O salto qualitativo do futebol paranaense também pode ser observado através dos resultados individuais dos clubes do estado. Isto também se reflete em rankings, como o da CBF, da revista Placar e a de pontuação total nos Campeonatos Brasileiros (QUADROS 07, 08 e 09). O Coritiba é o que apresenta melhor retrospecto histórico e, conseqüentemente, ocupa as melhores posições nos rankings. O Coxa aparece na 14ª colocação em todos estes rankings. O Atlético vem imediatamente atrás de seu rival no ranking de pontuação em Brasileirões (é o 15º). Nos rankings da CBF e da revista Placar, o rubro-negro ocupa, respectivamente, o 20º lugar e o 16º. Naturalmente, o Paraná Clube aparece muito atrás, pois é um clube muito recente. Mesmo assim, é o 23º em pontos somados em Campeonatos Brasileiros e o 24º no ranking da CBF. Outros clubes paranaenses aparecem nestes rankings. No da CBF estão: Londrina, Maringá, Operário, União Bandeirante, Cascavel, Matsubara, Iraty, J. Malucelli (o antigo Malutrom), Rio Branco, Paranaíba, Foz, Batel, Ponta Grossa, Prudentópolis, Cianorte e Nacional. Destaque para o Londrina, que é o 28º neste ranking e 31º no da Placar. Atualmente, o clube está na Série C, na qual a pontuação é baixa. A posição do Londrina se deve a boas campanhas que realizou na Série A e, sobretudo, na B.

QUADRO 07 - RANKING DE CLUBES DA CBF

CLASS.	CLUBE	ESTADO	PONTOS	CLASS.	CLUBE	ESTADO	PONTOS
1º	Grêmio	RS	1.863	31º	Joinville	SC	577
2º	Corinthians	SP	1.839	32º	Fortaleza	CE	574
3º	Vasco	RJ	1.794	33º	América	RN	571
4º	Flamengo	RJ	1.780	34º	Botafogo	SP	554
5º	Atlético	MG	1.765	35º	América	MG	543
6º	São Paulo	SP	1.759	36º	Operário	MS	530
7º	Palmeiras	SP	1.739	37º	Desportiva	ES	508
8º	Internacional	RS	1.694	38º	Americano	RJ	494
9º	Cruzeiro	MG	1.657	39º	CRB	AL	488
10º	Santos	SP	1.528	40º	América	RJ	467
11º	Fluminense	RJ	1.418	41º	Bragantino	SP	446
12º	Botafogo	RJ	1.390	42º	CSA	AL	386
13º	Guarani	SP	1.381	43º	Anapolina	GO	379
14º	Coritiba	PR	1.285	44º	Figueirense	SC	359
15º	Goiás	GO	1.267	78º	Maringá	PR	154
16º	Sport	PE	1.253	92º	Operário	PR	106
17º	Bahia	BA	1.217	122º	União Bandeirante	PR	54
18º	Portuguesa	SP	1.217	140º	Cascavel	PR	34
19º	Vitória	BA	1.124	158º	Iraty	PR	26
20º	Atlético	PR	1.117	162º	Matsubara	PR	25
21º	Santa Cruz	PE	1.065	168º	J. Malucelli	PR	22
22º	Náutico	PE	992	180º	Rio Branco	PR	16

23°	Ceará	CE	888	216°	Atlético Paranaíba	PR	7
24°	Paraná Clube	PR	880	234°	Cianorte	PR	4
25°	Ponte Preta	SP	872	246°	Foz	PR	3
26°	Remo	PA	795	257°	Batel	PR	2
27°	Juventude	RS	712	264°	Ponta Grossa	PR	2
28°	Londrina	PR	628	264°	Prudentópolis	PR	2
29°	Paysandu	PA	603	308°	Nacional	PR	1
30°	Criciúma	SC	602	308°	ADAP	PR	1

Fonte: Site oficial da CBF

Revisado e atualizado em: 05/12/05

Crerios: ver QUADRO 06: Ranking das Federações Estaduais da CBF.

QUADRO 08 - RANKING DE CLUBES DA REVISTA PLACAR

CLASS.	CLUBE	ESTADO	PONTOS	CLASS.	CLUBE	ESTADO	PONTOS
1°	São Paulo	SP	153	16°	Goiás	GO	38
2°	Corinthians	SP	145	16°	Portuguesa	SP	38
3°	Atlético-MG	MG	141	19°	Bahia	BA	37
4°	Internacional	RS	138	20°	São Caetano	SP	30
4°	Palmeiras	SP	138	21°	Ponte Preta	SP	29
6°	Cruzeiro	MG	118	22°	Bragantino	SP	27
7°	Grêmio	RS	115	23°	Vitória	BA	25
8°	Santos	SP	109	24°	Operário-MS	MT	18
9°	Vasco	RJ	104	25°	Santa Cruz	PE	14
10°	Flamengo	RJ	101	26°	Bangu	RJ	12
11°	Fluminense	RJ	86	27°	Juventude	RS	11
12°	Botafogo	RJ	71	28°	América-RJ	RJ	10
13°	Guarani	SP	60	29°	Paraná	PR	9
14°	Coritiba	PR	50	30°	Brasil-RS	RS	8
15°	Sport	PE	40	31°	Londrina	PR	7
16°	Atlético-PR	PR	38	32°	Náutico	PE	5

Fonte: Revista Placar. Guia do Brasileirão 2005.

Crerios: Este ranking leva em consideração o desempenho dos clubes em Campeonatos Brasileiros da Série A. A pontuação é feita da seguinte maneira: 10 pontos para o campeão, 9 para o vice, 8 para o terceiro e assim por diante até o décimo, que ganha um ponto.

QUADRO 09 - RANKING DA PONTUAÇÃO EM CAMPEONATOS BRASILEIROS

CLASS.	CLUBE	ESTADO	PONTOS	CLASS.	CLUBE	ESTADO	PONTOS
1°	Internacional	RS	1213	17°	Vitória	BA	753
2°	São Paulo	SP	1212	18°	Portuguesa	SP	742
3°	Atlético-MG	MG	1188	19°	Sport	PE	667
4°	Corinthians	SP	1184	20°	Ponte Preta	SP	586
5°	Cruzeiro	MG	1160	21°	Juventude	RS	467
6°	Vasco	RJ	1158	22°	Santa Cruz	PE	437
7°	Santos	SP	1155	23°	Paraná	PR	432
8°	Palmeiras	SP	1131	24°	Paysandu	PA	399
9°	Flamengo	RJ	1123	25°	América	RJ	348
10°	Grêmio	RS	1050	26°	São Caetano	SP	304
11°	Fluminense	RJ	976	27°	Figueirense	SC	292
12°	Botafogo	RJ	918	28°	Criciúma	SC	274
13°	Goiás	GO	865	29°	Ceará	CE	271
14°	Coritiba	PR	803	30°	América	MG	243
15°	Atlético	PR	792	31°	Remo	PA	234
16°	Bahia	BA	775	32°	Bragantino	SP	229

Fonte: Revista Placar. Guia do Brasileirão 2005.

Crerios: São computados os pontos somados pelos clubes na Primeira Divisão do Campeonato Brasileiro.

Entretanto, nem todos os clubes paranaenses que aparecem no ranking da CBF disputaram a Série A do Campeonato Brasileiro. Além do Trio de Ferro (incluindo Colorado e Pinheiros), apenas o Londrina e o Grêmio Maringá disputaram a divisão principal do nacional. Desta forma apenas clubes paranaenses de três municípios – Curitiba, Londrina e Maringá – jogaram na primeira divisão. Isto demonstra que os resultados esportivos estão intimamente ligados com a política institucional (são os clubes com melhor estrutura) e com o poderio econômico dos centros onde estão instalados. Isto não acontece de forma tão acentuada com as cidades que abrigaram campeões paranaenses, seis no total (CARTOGRAMA 04). Logicamente, os grandes centros do estado (Londrina, Maringá e sobretudo Curitiba) concentram grande parte dos títulos paranaenses. No entanto, encontram-se campeões paranaenses fora destes grandes centros, como em Telêmaco Borba e Cornélio Procopio. Os clubes destas cidades, respectivamente, o Clube Atlético Monte Alegre (CAMA) e o Comercial venceram o torneio em uma época que o *ethos* futebolístico do profissionalismo no futebol paranaense não era marcante. Curitiba concentra 82 títulos paranaenses contra nove dos clubes do restante do estado.

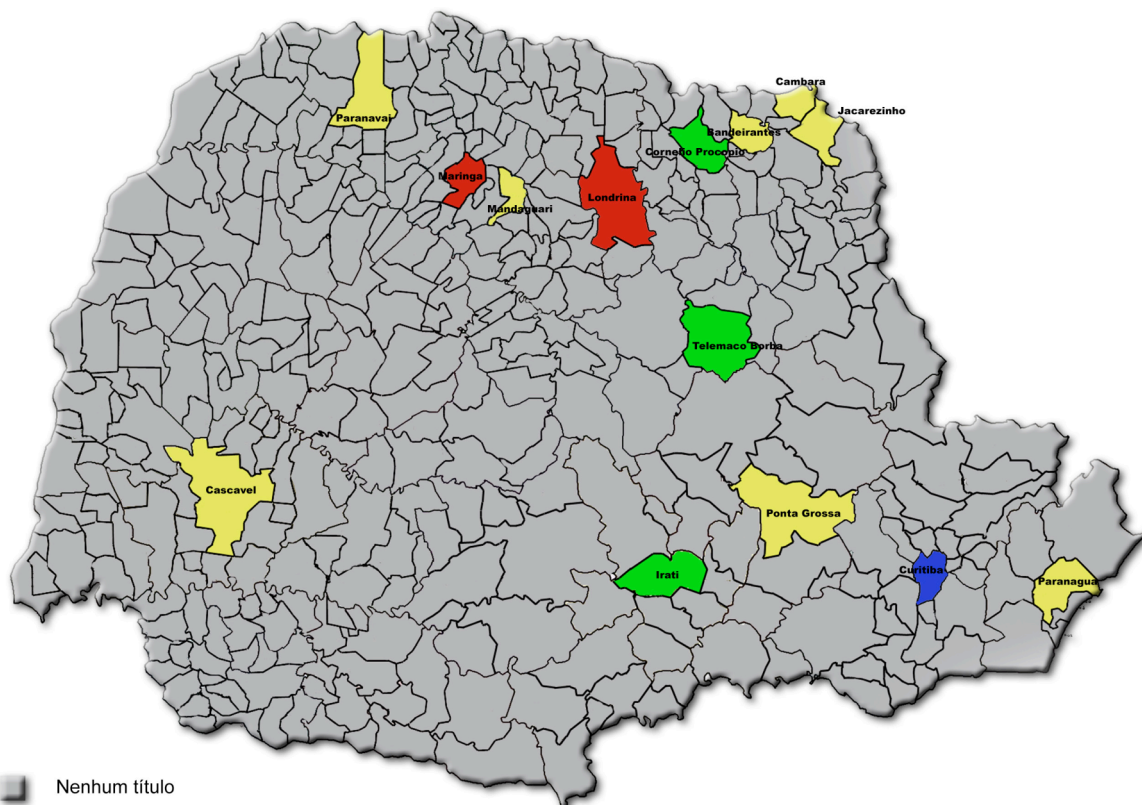
É interessante lembrar que o Coritiba foi o primeiro clube fora do eixo dos quatro estados mais tradicionais a vencer o Campeonato Brasileiro, em 1985. Nos últimos dez anos o estado do Paraná conquistou um título de Campeonato Brasileiro – com o Atlético, em 2001 –, o mesmo número de Minas Gerais (Cruzeiro, 2003) e Rio Grande do Sul (Grêmio, em 1996). As boas campanhas em Brasileiros acontecem com maior frequência, o que credencia os clubes paranaenses a competições internacionais – a principal delas a Copa Libertadores da América.

Até 2000, ano da primeira participação do Atlético em Libertadores, o futebol paranaense havia sido representado apenas uma vez nesta competição, com o Coritiba em 1986, fazendo uma campanha modesta e sendo eliminado ainda na primeira fase em um grupo com clubes equatorianos⁹². O Atlético chegaria a Libertadores de 2000 graças à conquista da vaga em um torneio seletivo para a competição. O clube rubro-negro conseguiu se classificar para a fase oitavas de final, mas foi eliminado dentro da Arena da Baixada pelo Atlético Mineiro, nos pênaltis. O Atlético voltaria a disputar a competição mais duas vezes, em 2002 –

⁹² Até a edição de 1999, a Libertadores da América era disputada por dois clubes de cada país filiado à Conmebol, além do campeão da edição anterior. Na primeira fase eram formados grupos com quatro clubes, sendo dois de um país e dois de outro. Em 1986, por exemplo, no grupo do Coritiba estavam o Bangu, o Deportivo Quito e o Barcelona (de Guayaquil), que se classificou para a segunda fase. O Coritiba ficou em segundo, mas naquela edição apenas um clube se classificava por grupo.

como campeão brasileiro – e em 2005 – como vice-campeão brasileiro. O rubro-negro não foi bem em 2002, sendo eliminado na primeira fase, o mesmo que aconteceria com o Coritiba, em 2004, em sua segunda participação.

CARTOGRAMA 04 - CAMPEÕES E VICE-CAMPEÕES PARANAENSES POR MUNICÍPIOS



■ Nenhum título

■ Vice Campeões: Bandeirantes, Ponta Grossa, Cascavel, Jacarezinho, Paranavaí, Cambará, Paranaguá, Mandaguari,

■ 01 Título: Irati, Cornélio Procopio, Telêmaco Borba

■ 03 Títulos: Maringá e Londrina

■ 82 Títulos: Curitiba

N



0 31,25 62,5 km

Fonte: Dados extraídos do Site oficial da Federação Paranaense de Futebol

Foi na Libertadores de 2005 que o Atlético ganhou projeção internacional. O clube que já vinha, através dos resultados e investimento em marketing, conquistando espaço dentro do espaço de representação do futebol brasileiro, ficaria conhecido em toda a América Latina. Isto graças ao inédito vice-campeonato da Copa Libertadores. O rubro-negro perdeu do São Paulo na final, chegando ao último jogo ainda com boas chances de conquistar o título.

O aumento da projeção dos clubes paranaenses no espaço de representação do futebol brasileiro é inegável. Os profissionais – jogadores e treinadores – vêem o

futebol paranaense como um futebol de qualidade, o que pode ser simbolizado pela convocação, do então meia do Atlético, Kléberson, para a Copa de 2002. O jogador, inclusive, ganhou a posição de titular na seleção de Luis Felipe Scolari. A mídia passou a dar mais espaço também para os clubes paranaenses, principalmente para o Atlético que conquistou os resultados mais expressivos. No entanto, os clubes de Curitiba ainda não gozam do mesmo espaço, na mídia, dos clubes dos quatro estados tradicionais, sobretudo de Rio de Janeiro e São Paulo.

O futebol paranaense também conseguiu avanços na política institucional. Atualmente, Curitiba e Atlético fazem parte do Clube dos 13, importante entidade que representa o interesse dos grandes clubes brasileiros. No entanto, se nota na negociação das cotas de transmissão dos jogos pela televisão⁹³, uma explícita relação de poder entre as instituições futebolísticas, que os clubes paranaenses ainda não possuem o mesmo *status* dos paulistas, cariocas, mineiros e gaúchos. Os clubes paranaense fazem parte do Grupo 4, o que recebe as menores cotas.

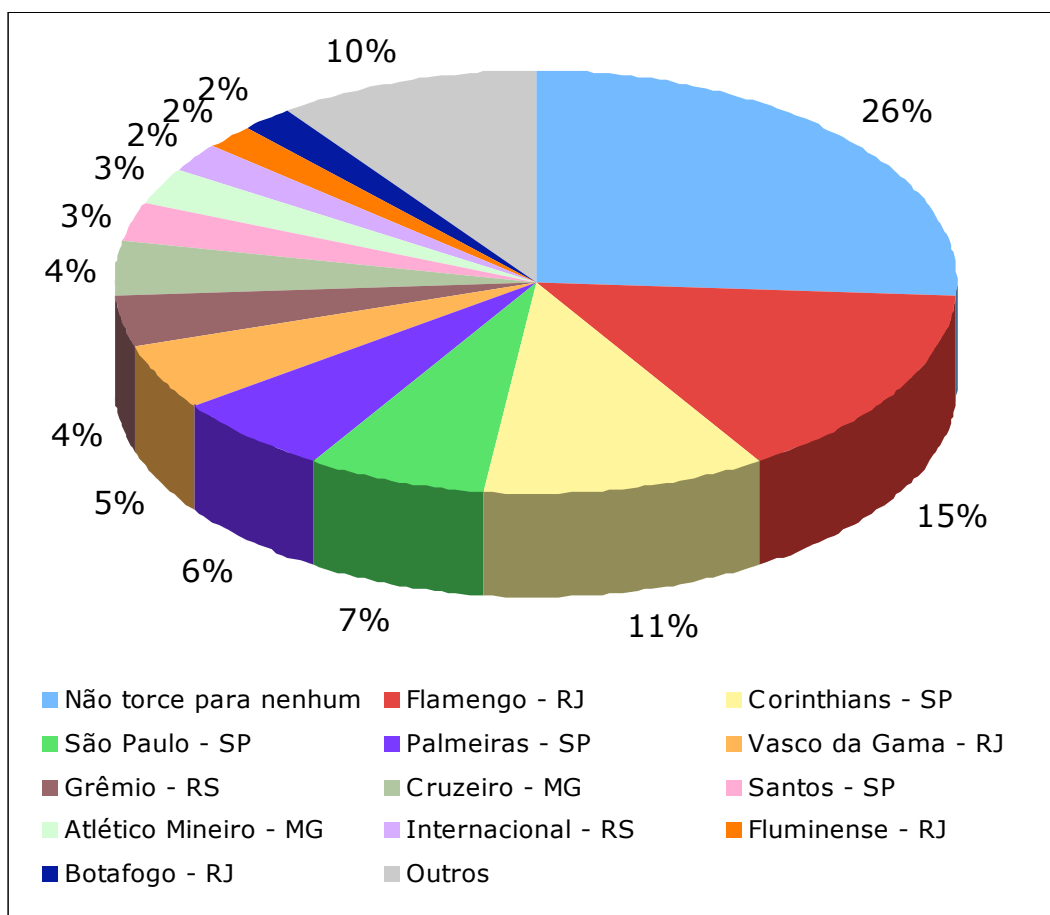
A projeção dos clubes paranaenses no espaço de representação do futebol brasileiro também se reflete em outro grupo de atores sócio-espaciais, os torcedores. No entanto, o crescimento de número de torcedores não acompanhou os avanços políticos e futebolísticos. Uma pesquisa nacional realizada pelo Ibope, em dezembro de 2003, aponta o Curitiba como o único clube do Paraná a alcançar 1% dos torcedores do país. O Flamengo aparece com o clube de maior torcida – 15% dos entrevistados – seguido pelo Corinthians, com 11%. Os dois clubes estão empatados tecnicamente, já que a margem de erro é de 2,2%. O interessante é que os dois clubes somados igualam o número de brasileiros que declararam não torcer por nenhum clube (FIGURA 30). A pesquisa traz o São Paulo, Palmeiras e Vasco como os outros clubes que completam o grupo dos cinco primeiros. Os clubes do Rio de Janeiro e São Paulo reúnem 70,83 % daqueles que torcem para algum clube (51% dos entrevistados). Os outros estados ficam bem atrás – Minas Gerais e Rio Grande do Sul, terceiro e quarto lugares, respectivamente, possuem somados menos da metade dos torcedores dos clubes paulistas (CARTOGRAMA 05).

Na pesquisa foram ouvidas 2.000 pessoas com mais de 16 anos residentes em todas os estados brasileiros. A amostragem obedeceu a critérios como tamanho dos municípios, sexo, idade, atividade, posição na ocupação e localização geográfica. Apesar dos cuidados metodológicos, a pesquisa fornece apenas um

⁹³ O dinheiro das cotas de televisão é, em geral, a principal receita fixa dos clubes brasileiros das Séries A e B, seguida por bilheterias e venda de produtos. A receita das cotas só é superada pelo valor recebido em eventuais transferências de jogadores.

panorama geral da distribuição dos torcedores brasileiros, pois sua área de abrangência é muito grande. Pesquisas realizadas em escala menor, normalmente, fornecem um panorama mais confiável, mas mesmo assim não exatos.

FIGURA 30 - RESULTADOS DA PESQUISA DO IBOPE – 12/2003



Fonte: Adaptado do Site do Ibope

Título da pesquisa: Número de torcedores dos principais times brasileiros de futebol.

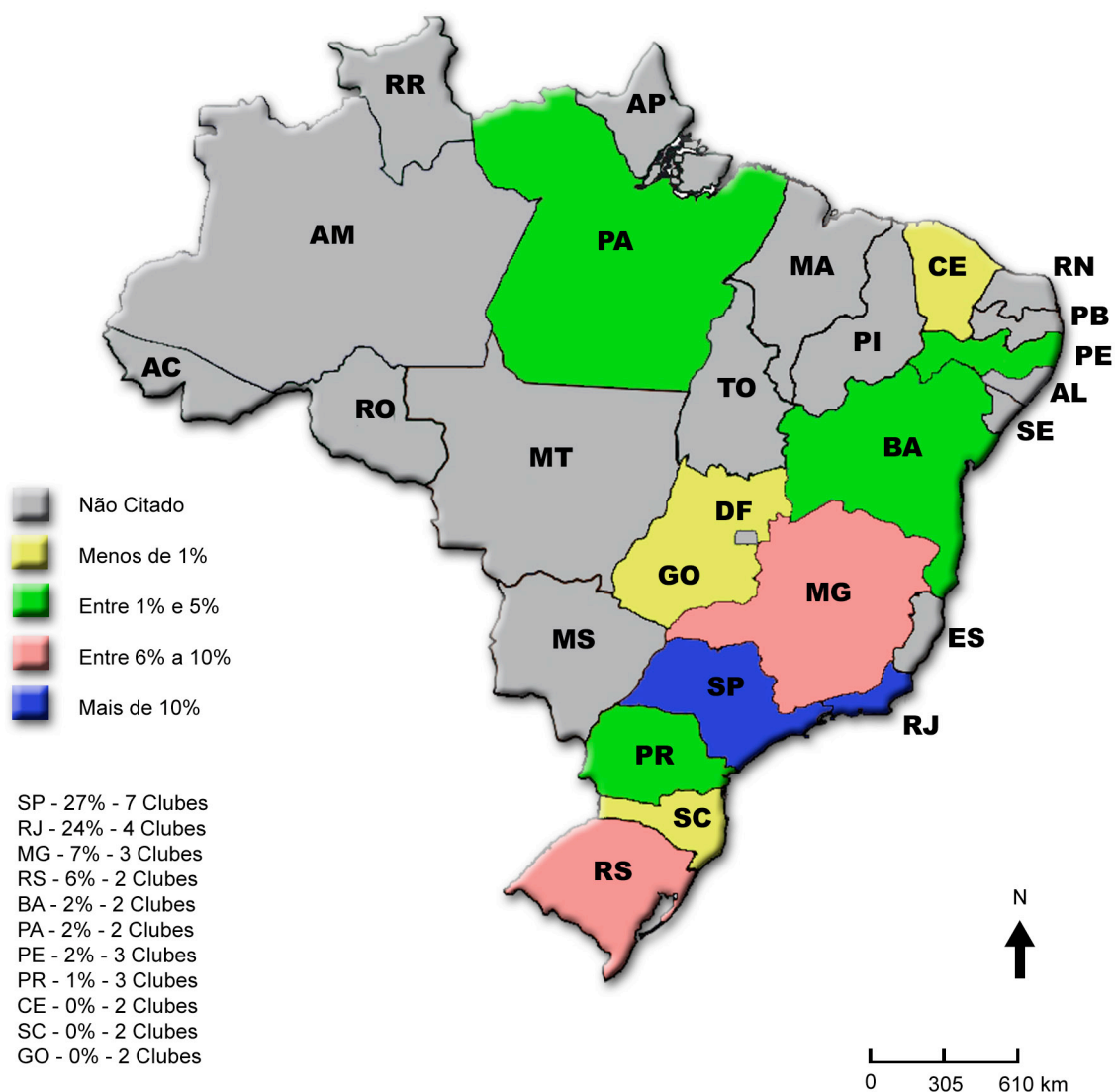
Data de realização da pesquisa: entre 28 de novembro e 03 de dezembro de 2003.

Amostra: 2000 entrevistas com pessoas de 16 anos ou mais. O intervalo de confiança é de 95% e a margem de erro máxima estimada é de 2,2 pontos percentuais para mais ou para menos sobre os resultados encontrados no total da amostra.

Nota: consideram-se "Outros" os clubes que não atingiram no mínimo 2%, mas foram citados. Dentre eles, os que chegaram à marca de 1% foram: Coritiba (PR); Bahia e Vitória (BA); Remo e Paysandu (PA); Santa Cruz e Sport (PE). Outros clubes que foram citados, mas não atingiram 1%: Paraná e Atlético (PR), América (MG); Ceará e Fortaleza (CE); Criciúma e Figueirense (SC); Goiás e Vila Nova (GO); Náutico (PE); Ponte Preta, Portuguesa e São Caetano (SP). Outros times citados e a resposta não sabe/não opinou receberam 1% do total.

Dentre os clubes da Região Sul, o que tem maior torcida é o Grêmio (4% do total – 23% da Região Sul). O seu grande rival, Internacional, vem logo após com 2% – 13% do Sul. Em terceiro fica o Coritiba, 1% do Brasil – 3% do Sul. O Criciúma aparece com 2% da torcida no Sul do país, seguido por Atlético, Paraná e Figueirense cada um com 1% da região.

**CARTOGRAMA 05 - DISTRIBUIÇÃO DE TORCEDORES POR ESTADOS
SEGUNDO PESQUISA DO IBOPE – 12/2003**



Fonte: Dados extraídos do Site do Ibope

Os torcedores dos clubes de Curitiba são maioria apenas na Região Metropolitana de Curitiba e em algumas cidades do litoral, como Antonina. Nas demais cidades do Paraná, o predomínio é de torcedores de clubes cariocas (Paranaguá) e, principalmente, paulistas. Estes dados são de uma pesquisa⁹⁴

⁹⁴ O Paraná Pesquisa ouviu 12.900 pessoas com mais de 16 anos, sendo 6.700 de Curitiba. As entrevistas foram realizadas entre junho e setembro de 2005 na capital e em outras oito cidades do estado (Londrina, Cambe, Maringá, Paranaguá, Antonina, Cascavel, Apucarana e Ponta Grossa). A margem de erro dos resultados gerais é de 1,2%, podendo variar até 5% dependendo do município em questão. Além do resultado geral, foram apresentadas porcentagens por idade, sexo, instrução e distribuição nos bairros de Curitiba. A proporção de entrevistados na capital levou em consideração a população dos bairros.

realizada pela Paraná Pesquisas, solicitada pelo jornal curitibano *Gazeta do Povo*⁹⁵. É necessário frisar que esta pesquisa, assim como as demais, são passíveis de contestações. Não se está considerando-a como um dado absoluto, mas ela aponta para um cenário. É um indicativo que deve ser considerado com necessárias ressalvas (FIGURAS 31 e 32).

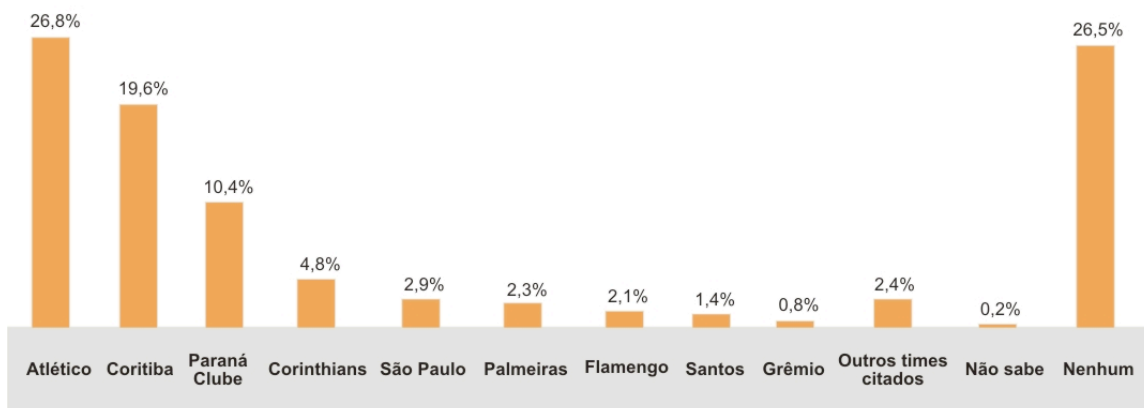
Os dados da pesquisa mostram que na capital o torcedor tem mais interesse por futebol, ou pelo menos mantém uma identidade clubística maior. Em Curitiba, 26,5% dos entrevistados disseram não torcer por ninguém, número alto, porém menor do que em todas as cidades do interior, onde o índice mais baixo é de 33,2%, em Londrina e o mais alto, 39,5%, em Cambé. Os que não torcem para nenhum clube estão empatados tecnicamente com o clube de maior torcida na capital, o Atlético, 26,8% (36,56% daqueles que declararam torcer por algum clube). A margem de erro da pesquisa é de 1,2%, em Curitiba. O rival Coritiba vem em seguida, com 19,6% (26,74% dos torcedores), um índice bastante inferior, pois em pesquisas anteriores o clube alviverde constantemente obtinha vantagem como é o caso da pesquisa nacional do Ibope, de 2003. O Paraná Clube é terceiro em número de torcedores, 10,1% (13,78% daqueles que torcem por algum clube). O número de torcedores paranistas é inferior ao total de pessoas que responderam torcer por clubes de outros estados, um total de 16,7%. Destaque para o Corinthians, com 4,8% dos torcedores da capital. O clube paulista é o que tem mais torcida no interior – mais do que os próprios clubes paranaenses.

Nesta pesquisa, Curitiba foi dividida em nove regiões a partir de seus bairros. A Região 1, que engloba os bairros próximos do Couto Pereira (Alto da Glória, Juvevê, entre outros) e alguns bairros vizinhos da Arena da Baixada (Batel e Rebouças), é a única que apresenta um empate técnico entre as duas maiores torcidas da capital – 23,7% para o Atlético e 22,5% para o Coritiba. Nas demais regiões a vantagem é atleticana, sendo que na região que abrange o seu bairro, o Água Verde (Região 3), o Atlético apresenta o maior percentual de torcedores: 29%, contra 19,8% do seu rival. Estes exemplos mostram como a localização espacial influencia na identidade clubística. Constroem-se, desta maneira, algumas territorialidades dos clubes, sobretudo nas proximidades dos estádios e sedes.

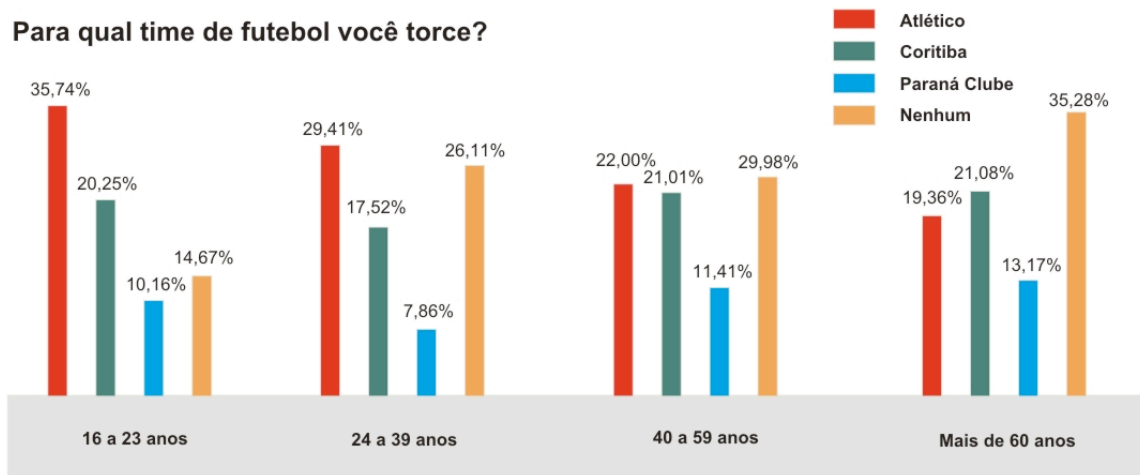
⁹⁵ *Gazeta do Povo*, Caderno de Esportes, 16 out. 2005,p. 04-05.; *Gazeta do Povo*, Caderno de Esportes, 17 out. 2005,p. 06.; *Gazeta do Povo*, Caderno de Esportes, 18 out. 2005,p. 06.

FIGURA 31 - DISTRIBUIÇÃO DE TORCEDORES POR CLUBES EM CURITIBA-PR – PESQUISA DO PARANÁ PESQUISAS – 10/2005

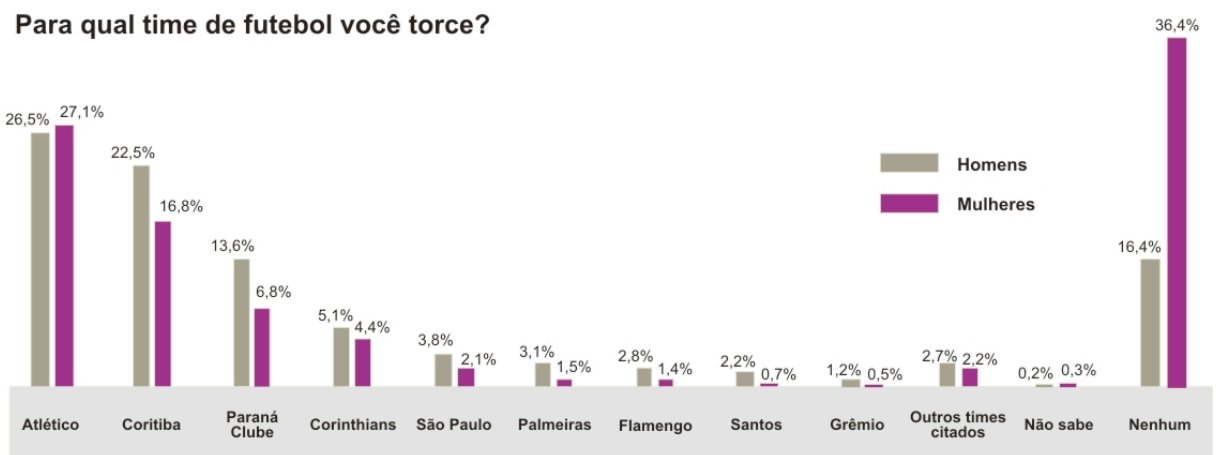
Para qual time de futebol você torce?



Para qual time de futebol você torce?

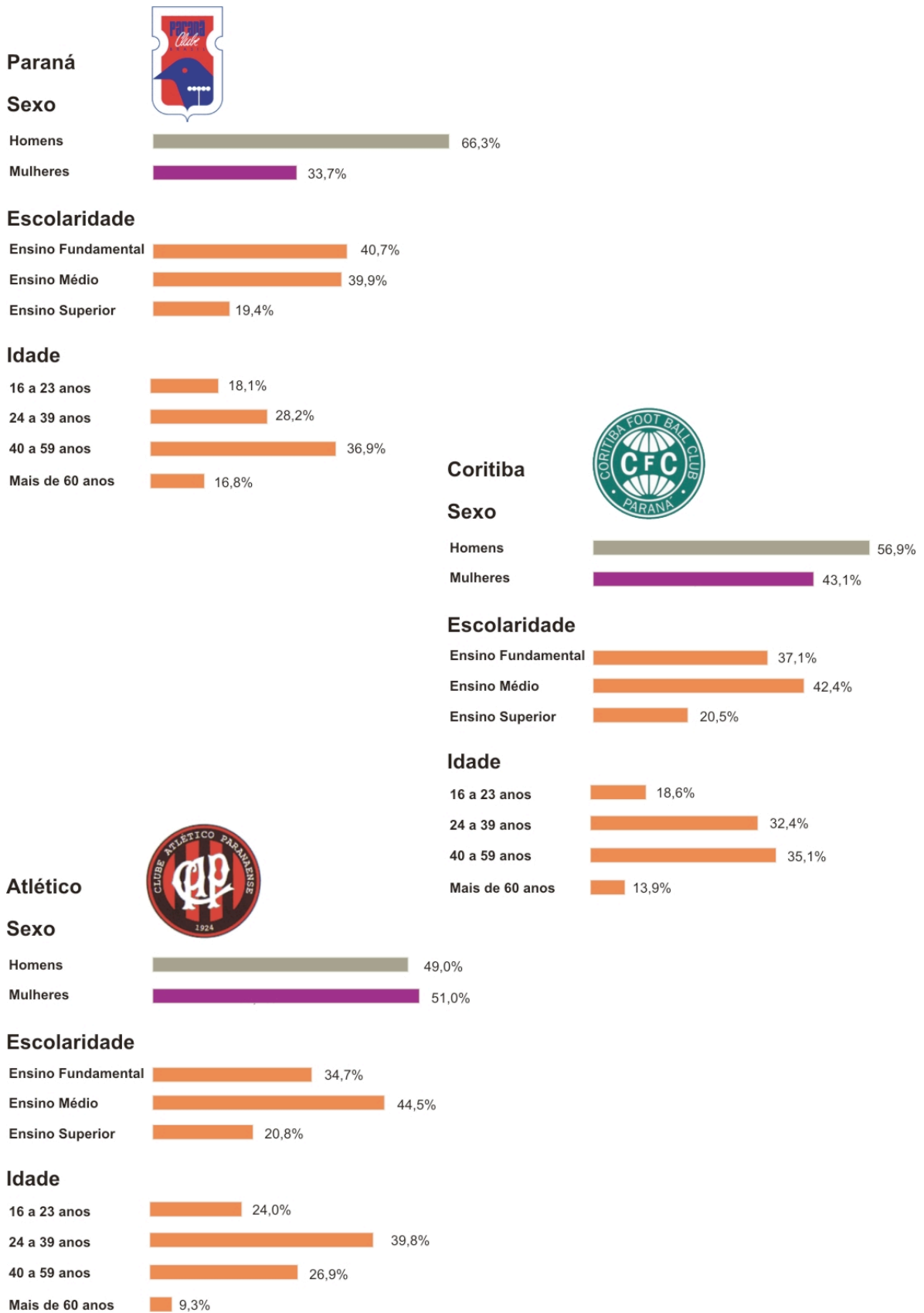


Para qual time de futebol você torce?



Fonte: Gazeta do Povo, Caderno de Esportes, 16 out. 2005,p. 04-05.

FIGURA 32 - PERFIL DOS TORCEDORES POR CLUBES DE CURITIBA – PESQUISA DO PARANÁ PESQUISAS – 10/2005



Fonte: Gazeta do Povo, Caderno de Esportes, 16 out. 2005,p. 04-05.

Analisando os dados do Paraná Clube, todavia, não é possível estabelecer tão claramente territorialidades. O Paraná é um clube diferente dos demais, por ser muito recente e fruto de diversas fusões. Desta forma, suas territorialidades são mais fluidas. Além disso, o Paraná possui diversas sedes e já teve vários estádios como casa. Atualmente, o Paraná manda seus jogos no Pinheirão, estádio da FPF, que fica no bairro do Tarumã. Na região em que está localizado este bairro o Paraná apresenta um dos seus maiores índices de torcida, 10,7%, assim como o faz nas outras regiões nas quais se localizam seus estádios próprios e sede – 10,8%, na Região 1, onde fica a Vila Capanema (bairro do Jardim Botânico); 10,2% na Região 2, onde fica a Vila Olímpica (bairro do Boqueirão); e o seu maior índice, 11,5%, na Região 3, onde fica sua sede (bairro do Portão). No entanto, esta diferença é mínima (empate técnico) para outras regiões nas quais o clube não possui sede ou estádio (regiões 5, 7 e 8). Mesmo assim, os espaços futebolísticos (sedes dos clubes, principalmente, estádios) são fatores importantes para a definição da territorialidade de um clube e de sua torcida. João Maria Barbosa, ex-jogador (do Água Verde e Ferroviário) e responsável pela sala de troféus do Paraná Clube, aponta a reformulação e a reativação do Durival Britto como fator determinante no crescimento da torcida do clube: “Se fizermos o novo estádio na Vila Capanema, (a torcida) vai crescer ainda mais”⁹⁶.

As regiões centrais (1 e 3) são aquelas que apresentam menor número de pessoas que não torcem para nenhum clube (21,9% e 24,8%, respectivamente). É nestas regiões que se localizam os estádios dos três clubes da capital (o Couto Pereira, a Arena da Baixada e a Vila Capanema), o que demonstra que a prática social do futebol está articulada com os espaços do futebol. As relações cotidianas ocorrem nestes espaços e em seus arredores, bem como em outros espaços identificados com a prática social do futebol – como os bares – e naqueles que não propositadamente promovem estas relações – como o ambiente de trabalho.

Apesar do Atlético ser um clube historicamente identificado com as camadas sociais mais abastadas, é nas regiões periféricas que ele apresenta maior domínio sobre Curitiba e Paraná. Esta identificação com a elite foi se perdendo durante a história, porém é, de certa maneira, retomada neste processo de modernização do clube. Mesmo assim, o Atlético empata tecnicamente em número de torcedores com seus rivais somados. Isto acontece nas regiões 7, 8 e 9. Na Região 6, o domínio é maior ainda. São 28,3% de atleticanos e 24,5% de coxas-brancas e paranistas.

⁹⁶ Gazeta do Povo. Caderno de Esportes, 17 out. 2005.

Curiosamente, nas Regiões 6 e 9, há um empate técnico no número de corintianos e torcedores do Paraná Clube. O que demonstra que a territorialidade do clube paulista se estende por todo território nacional, inclusive em cidades tradicionais futebolisticamente.

As distribuições por gênero e por idade também são interessantes para apontar tendências acerca da identidade futebolística, em Curitiba. O Atlético é o único que tem mais torcedoras do que torcedores, 51% a 49%. Apesar do empate técnico, demonstra que a paixão clubística e a identidade futebolística não são exclusividade do universo masculino. No entanto, 36,4% das mulheres não torcem para nenhum clube, indicando que os homens participam mais ativamente (quantitativamente e qualitativamente⁹⁷) do espaço de representação do futebol, em Curitiba. No quesito proporção de torcida por gênero, o Paraná Clube apresenta o quadro mais desequilibrado. Sua torcida masculina é o dobro da feminina.

Os dados por faixas etárias reforçam a tese de que o aumento de torcida do Atlético se deu através dos resultados e do marketing. O perfil do torcedor atleticano é mais jovem. Segundo a pesquisa, a maioria dos torcedores atleticanos (39,8%) se concentra na faixa etária de 24 a 39, diferentemente das torcidas de Curitiba e Paraná, nas quais a maior parte dos torcedores (35,1% e 36,9%, respectivamente) tem entre 20 e 59 anos. Em um comparativo entre o número de torcedores por faixa etária, o Atlético apresenta grande vantagem entre os torcedores de 16 a 23 e 24 a 39 anos, totalizando mais do que o dobro dos rivais. Na faixa etária mais baixa, o rubro-negro possui 35,74% dos torcedores, enquanto Curitiba e Paraná somados obtêm 30,41% (20,25% e 10,16%, respectivamente). É interessante notar que a identidade futebolística está mais presente (quantitativamente) nesta faixa etária. Apenas 14,67% não torcem por nenhum clube. Este índice aumenta a cada faixa etária, chegando a 35,28% naquela com entrevistados com 60 anos ou mais. Tanto Curitiba quanto Paraná Clube têm seu menor índice de torcedores na faixa etária entre 24 a 39. No entanto, o Coxa tem vantagem (empate técnico) sobre o Atlético entre os torcedores mais idosos, o que demonstra ser o Curitiba um clube tradicional, que dominou o futebol paranaense até os anos 1970 (a partir daí observa-se um maior equilíbrio em número de conquistas com os rivais). A queda de desempenho do clube em campeonatos paranaenses – foram apenas 5 títulos nos últimos 25

⁹⁷ A prática profissional do futebol fica circunscrita, quase que exclusivamente, aos homens, na cidade. A grande maioria dos profissionais é do sexo masculino (conselheiros e diretores de clubes, técnicos, árbitros, fisioterapeutas, etc.). O mesmo ocorre na mídia. Apesar do domínio masculino, o grupo dos torcedores apresentam maior equilíbrio entre gêneros. Mesmo assim, os cargos institucionais (diretorias de torcidas organizadas) também são quase exclusividade masculina.

anos – é uma hipótese para a razão pela qual o Coritiba não tenha um desempenho superior ao Atlético, quanto ao número de torcedores, em faixas etárias mais baixas.

O panorama quanto à escolaridade dos torcedores por clubes indica que dentre aqueles que mantêm uma identidade futebolística com os clubes a minoria se encontra na faixa daqueles que têm ensino superior. Somente cerca de 20% dos torcedores de Coritiba e Atlético têm este grau de instrução. Número este que é menor entre os paranistas, apenas 16,8%. O Paraná Clube é, inclusive, o único dos três clubes que apresenta um empate técnico entre torcedores com ensino fundamental e médio. A dupla Athletico tem a maioria dos seus torcedores na faixa do ensino médio.

Se na capital os clubes de outros estados, principalmente os paulistas, tem uma grande fatia dos torcedores – 16,69% do total dos entrevistados (22,78% dos que torcem por algum clube) –, no interior eles têm maioria em todas as cidades pesquisadas⁹⁸ exceto Antonina (41,36% dos entrevistados disseram torcer por clubes paranaenses). O índice daqueles que disseram torcer por clubes do Paraná é inferior a 5% nas seguintes cidades: Apucarana, Cambé, Cascavel e Maringá. É possível apontar dois principais fatores para o baixo número. O primeiro está ligado à posição geográfica destas cidades e à história da ocupação destes municípios. A sub-região Norte do Paraná – onde se localizam Apucarana, Cambé e Maringá – recebe grande influência cultural de São Paulo, pois sua recente ocupação se deu, principalmente, por paulistas. Já o Sudoeste do estado, onde fica Cascavel, também tem influência gaúcha – nesta cidade 14,6% dos entrevistados declararam torcer por clubes gaúchos, de longe o maior índice entre os demais municípios. Estas cidades ficam a uma distância considerável da capital (mais de 350 km), ficando fora do território de influência cultural de Curitiba. O segundo fator é a falta de tradição dos clubes destes municípios em campeonatos paranaense. A exceção é em Maringá, pois o Grêmio Esportivo Maringá (agora, Galo Maringá) já foi, inclusive, campeão paranaense. No entanto, este clube, em razão de dívidas, foi extinto em 1971, ressurgindo apenas quatro anos depois com o nome de Grêmio de Esportes Maringá, mantendo as cores do antigo clube. Algo parecido ocorreu nos últimos anos quando o clube mudou seu nome para Galo Maringá. A explicação pelo primeiro fator também cabe à cidade de Londrina. Todavia, a tradição do Londrina Esporte

⁹⁸ Esta pesquisa em municípios é um indicativo interessante, mas a devem ser feitas ressalvas quanto às margens de erro, pois podem apresentar algumas distorções nos resultados. As margens de erro, por cidade, são: Antonina (5%), Apucarana (4,7%), Cambé (4%), Cascavel (4%), Londrina (3,5%), Ponta Grossa (4,2%), Maringá (4%) e Paranaguá (3,5%).

Clube garante 5,1% dos entrevistados, índice que poderia ser maior se clube atravessasse esportivamente uma boa fase.

Já nas demais cidades pesquisadas (Antonina, Paranaguá e Ponta Grossa), se observa maiores índices de torcedores de clubes paranaenses. Isto pode ser explicado através dos mesmos dois fatores apontados anteriormente. Tais municípios se localizam no Litoral (Antonina e Paranaguá) e nos Campos Gerais (Ponta Grossa), a cerca de 100 quilômetros de Curitiba. Desta maneira, estão mais susceptíveis à influência da capital, bem como tem um histórico de ocupação mais antigo. A questão esportiva é muito importante também, pois os clubes destas cidades, exceto Antonina, têm muita tradição em campeonatos paranaenses, tendo o disputado desde suas primeiras edições. O Operário, de Ponta Grossa, já foi catorze vezes vice-campeão paranaense. Apesar da influência da capital, o clube é o que possui maior torcida entre os times paranaenses na cidade (4,7%). Mesmo assim, são os times paulistas os que têm maior torcida em Ponta Grossa, 40,18%. Os números da identidade futebolística dos paranguaras são diferente dos demais. A cidade é a única em que há um equilíbrio, um empate técnico, entre torcedores de clubes paranaenses, paulistas e cariocas, com ligeira vantagem para estes. O clube de maior torcida em Paranaguá é o Flamengo, com 13,4%. A torcida do Rio Branco, apesar de não ser a maior de Paranaguá, é a maior proporcionalmente dentre todas as cidades do interior paranaense (5,3%). Antonina também se apresenta como uma exceção, pois a grande maioria dos entrevistados se identificam com os clubes do Paraná, sobretudo os de Curitiba (41,29%).

Porém, não apenas o número de torcedores indica a identidade futebolística e a paixão clubística. A presença dos torcedores nos estádios também demonstra estes elementos do espaço de representação do futebol. Analisando os dados⁹⁹ dos campeonatos brasileiros disputados por pontos corridos (os últimos três) observa-se uma grande identificação dos torcedores de Atlético e Coritiba com seus clubes. O Paraná apresenta médias de público menores – 6.858 torcedores por jogo. A própria origem do clube é um dos fatores para uma identificação menor. Muitos torcedores dos clubes que deram origem ao Paraná declaram torcer pelo tricolor, mas não mantêm um vínculo tão estreito com a nova instituição como mantinham com as antigas. Outra razão é que o Paraná Clube disputou estes três campeonatos em um

⁹⁹ Os dados estão disponíveis no site da Confederação Brasileira de Futebol. No entanto, o site oficial da CBF não computou alguns jogos do Brasileirão de 2005, sendo que os dados referentes a estes jogos foram retirados dos Sites: oficial do Coritiba Foot Ball Club; do Cruzeiro Esporte Clube e do Terra.

estádio (o Pinheirão) que nem seus profissionais nem seus torcedores consideram a sua casa, demonstrando que há uma importante identificação dos torcedores com os estádios e demais espaços do futebol.

A média do Atlético é de 11.174 torcedores por jogo em casa nos últimos Brasileirões. O ano com maior público foi 2004, na campanha do vice-campeonato, 12.979 – a terceira da competição. Isto demonstra que os resultados dentro de campo influenciam a frequência dos torcedores nos estádios. A carga ociosa da Arena da Baixada foi de cerca de 14.000 nos últimos três Campeonatos Brasileiros. O Coritiba apresenta a maior média de público entre os paranaenses: 11.539 torcedores por jogo no Couto Pereira. Curiosamente, o ano com maior média de público foi 2005, no qual o clube caiu para a Série B do Brasileirão. A grande média se deve às promoções realizadas (ingressos mais baratos, ingressos que valem para dois jogos, a promoção da Nestlé¹⁰⁰) e pela grande quantidade de jogos decisivos. Apesar de ter média maior do que a atleticana, a carga ociosa do Couto Pereira é maior (cerca de 25.643 lugares vagos por jogo), já que comporta mais torcedores (QUADRO 10).

QUADRO 10 - MÉDIA DE PÚBLICO NO CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2005 – SÉRIES A, B E C*

CLASS.	CLUBE	SÉRIE	MÉDIA DE PÚBLICO	CLASS.	CLUBE	SÉRIE	MÉDIA DE PÚBLICO
1º	Remo	C	34.728	25º	Santos	A	9.759
2º	Corinthians	A	27.319	26º	Figueirense	A	9.279
3º	Fortaleza	A	23.731	27º	Ipatinga	C	8.983
4º	Grêmio	B	22.615	28º	São Paulo	A	8.946
5º	Santa Cruz	B	22.029	29º	Vila Nova	B	7.454
6º	Atlético MG	A	21.725	30º	Vitória	B	6.872
7º	Coritiba	A	18.769	31º	Guarani	B	6.822
8º	Vasco	A	17.225	32º	São Raimundo	B	6.547
9º	Bahia	B	16.293	33º	CRB	B	6.453
10º	Internacional	A	16.237	34º	Juventude	A	5.433
11º	Cruzeiro	A	15.753	35º	Ponte Preta	A	5.397
12º	Fluminense	A	15.355	36º	Avaí	B	4.730
13º	Sport	B	14.890	37º	Criciúma	B	4.030
14º	Botafogo	A	14.456	38º	Paulista	B	3.616
15º	Palmeiras	A	14.085	39º	Marília	B	3.481
16º	Flamengo	A	13.657	40º	Anapolina	B	3.208
17º	Brasiliense	A	13.479	41º	São Caetano	A	3.094
18º	Paysandu	A	13.325	42º	Santo André	B	2.752
19º	Goiás	A	12.980	43º	Portuguesa	B	2.639

¹⁰⁰ A Nestlé realizou uma promoção na qual ela negociava uma cota de ingressos (praticamente a totalidade) de alguns jogos diretamente com o clube mandante. Posteriormente, a empresa trocava estes ingressos por alguns de seus produtos (Nescau, Nascafé).

20°	Náutico	B	12.321	44°	Nova Hamburgo	C	1.376
21°	América-RN	C	12.010	45°	Caxias	B	1.610
22°	Atlético PR	A	11.620	46°	Gama	B	1.015
23°	Paraná	A	11.414	47°	União Barbarense	B	790
24°	Ceará	B	10.961	48°	Ituano	B	408

Fonte: Site Oficial da CBF

* Somente os quatro finalistas da Série C.

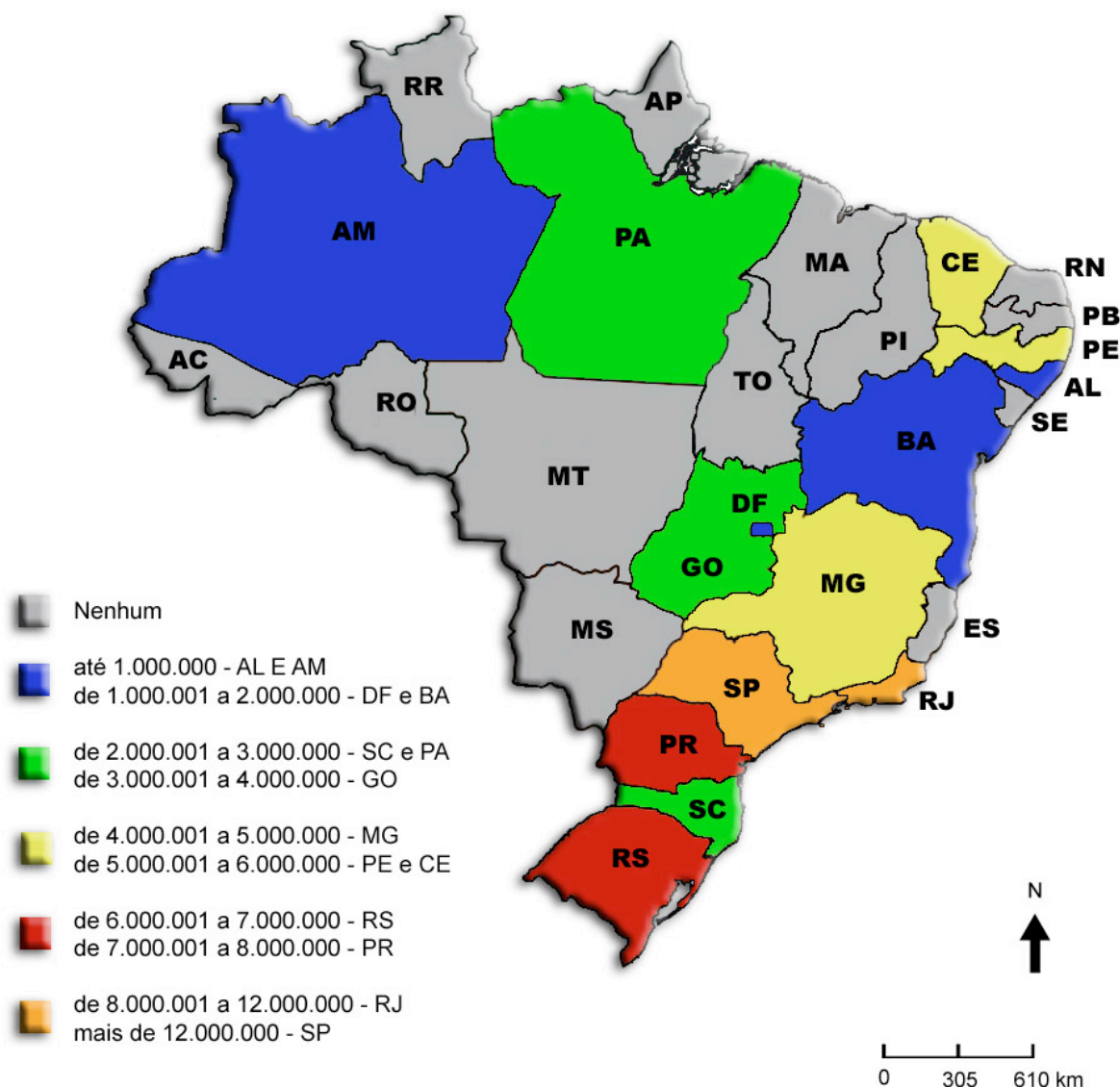
Quanto à média de público, o ano de 2005 apresentou uma exceção já que a maior média foi de um clube da Série C, o Remo. Isto ocorreu devido à mobilização dos atores sócio-espaciais do espaço de representação do Pará para levar o Remo novamente a Série B. Geralmente, este tipo de mobilização ocorre quando um grande clube cai para a Série B. Dentre os quatro primeiros colocados estão os campeões das Séries A, B e C – Corinthians, Grêmio e Remo, respectivamente – demonstrando que os resultados dentro de campo influenciam a presença do torcedor. Porém nem sempre os clubes com as maiores médias de público têm arrecadações com bilheteria mais altas. Um exemplo disto é o Atlético, que é o 22° na média de público e o 4° em arrecadação (CARTOGRAMA 06 e QUADRO 11). Dois dos cinco primeiros em média de público não estão presentes no grupo dos cinco clubes que mais arrecadaram com bilheteria. Estes dois clubes são o Remo e o Santa Cruz. Isto pode ser explicado pelo preço de ingresso praticado por estes clubes a fim de atrair os torcedores para seus jogos, bem como se adequar com a renda da população e com investimento feito no seu time.

No quesito arrecadação com bilheteria, o Atlético leva vantagem sobre o Coritiba nos últimos dois campeonatos. O rubro-negro tem média de cerca de R\$ 193.000,00 por jogo, enquanto o seu rival arrecada R\$ 107.000,00 em bilheterias por partida. Logicamente, esta não é a única nem a mais importante receita dos clubes – há também a cota de televisão, transferência de jogadores e vendas de produtos do clube –, mas é um importante indicador financeiro dos clubes. Neste ponto o Atlético leva vantagem pela própria filosofia de trabalho de sua diretoria. Mauro Holzmann, diretor de marketing do Atlético disse, em 2004 (quando era também diretor-executivo do Clube dos 13), sobre o perfil de torcedor mais interessante para o futebol como negócio: "Você tem de voltar o futebol aos 20% mais ricos da população. É antipático, é elitista, mas tenho de trazer para o estádio pessoas que possam gastar dinheiro"¹⁰¹. Geralmente, os ingressos para os jogos do Atlético são

¹⁰¹ Site do UOL

mais caros do que os do Coritiba. A arrecadação média em bilheteria do Paraná Clube é bastante inferior: cerca de 60.000,00 por partida.

CARTOGRAMA 06 - ARRECADAÇÃO COM BILHETERIA NO CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2005 – SÉRIES A, B E C* - POR UNIDADES DA FEDERAÇÃO



Fonte: Site Oficial da CBF

* Somente os quatro finalistas da Série C.

Se as médias de público são elevadas em campeonatos brasileiros, nas competições estaduais são muito baixas. O apelo dos jogos não é mesmo, pois o nível técnico do Campeonato Paranaense não se compara com o do Brasileiro. Os únicos jogos que têm bom público são os clássicos e decisões. Em 2004, a média de

público do campeonato foi de 2.429, mesmo com o público do primeiro jogo das finais entre Coritiba e Atlético sendo de 30.189 torcedores. Em 2005, a média de público foi de 1.962, a pior desde 1966. Os dois Atletibas finais tiveram um público médio de 19.712 e uma renda total de R\$ 630.784, configurando-se em exceções em um campeonato deficitário.

QUADRO 11 - ARRECADAÇÃO EM BILHETERIA NO CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2005 – CLUBES DAS SÉRIES A, B E C*

CLASS.	CLUBE	SÉRIE	ARRECADAÇÃO TOTAL (R\$)	CLASS.	CLUBE	SÉRIE	ARRECADAÇÃO TOTAL (R\$)
1º	Corinthians	A	7.160.445,00	25º	Sport	B	1.044.790,60
2º	Fortaleza	A	4.388.239,00	26º	Ceará	B	1.026.401,50
3º	Grêmio	B	3.704.909,50	27º	Ponte Preta	A	938.184,00
4º	Atlético PR	A	3.554.708,00	28º	América-RN	C	862.410,00
5º	Palmeiras	A	3.471.347,00	29º	São Raimundo	B	669.121,00
6º	Flamengo	A	3.098.353,00	30º	Vila Nova	B	612.937,50
7º	Goiás	A	3.035.717,25	31º	São Caetano	A	585.345,00
8º	Remo	C	2.889.160,00	32º	Vitória	B	566.893,75
9º	Botafogo	A	2.888.726,50	33º	Portuguesa	B	533.513,00
10º	Fluminense	A	2.852.821,00	34º	Juventude	A	524.116,00
11º	Vasco	A	2.784.992,50	35º	Guarani	B	457.115,00
12º	Coritiba	A	2.714.815,00	36º	CRB	B	400.925,00
13º	Paysandu	A	2.533.757,00	37º	Avaí	B	351.127,50
14º	Internacional	A	2.524.885,00	38º	Criciúma	B	340.247,50
15º	Santa Cruz	B	2.503.221,80	39º	Marília	B	312.991,00
16º	Atlético MG	A	2.232.645,50	40º	Anapolina	B	307.975,00
17º	São Paulo	A	2.095.689,00	41º	Ipatinga	C	250.275,00
18º	Cruzeiro	A	2.054.008,00	42º	Paulista	B	247.347,00
19º	Náutico	B	1.879.855,60	43º	Santo André	B	241.510,00
20º	Santos	A	1.726.154,00	44º	Nova Hamburgo	C	132.867,00
21º	Figueirense	A	1.643.215,00	45º	Caxias	B	126.040,00
22º	Paraná	A	1.634.098,00	46º	Gama	B	71.080,00
23º	Brasiliense	A	1.184.475,50	47º	União Barbarense	B	54.855,00
24º	Bahia	B	1.098.998,75	48º	Ituano	B	41.690,00

Fonte: Site Oficial da CBF

* Somente os quatro finalistas da Série C.

O Campeonato Paranaense perdeu importância para o Trio de Ferro, que têm nas competições nacionais e internacionais as suas prioridades. O mesmo aconteceu com os torneios estaduais para os grandes clubes do futebol brasileiro. Este fato é demonstrado pelo calendário. Até 1999, o Campeonato Paranaense ocupava a metade do calendário dos grandes clubes, sendo disputado até a metade do ano¹⁰². Ele foi perdendo espaço para campeonatos regionais, que tinham um nível técnico mais elevado e, conseqüentemente, eram mais rentáveis. O Trio de

¹⁰² O Campeonato Brasileiro chegou a ser disputado no primeiro semestre por várias vezes, como em 1985, quando o Coritiba foi campeão.

Ferro disputava a Copa Sul-Minas, que reunia os quatro melhores clubes de Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Minas Gerais. Este campeonato originou-se da Copa Sul, disputada em 1999, paralelamente aos campeonatos estaduais. Ganhou espaço nos anos seguintes até que, em 2002, os clubes que jogaram a Copa Sul-Minas (originalmente a Copa Sul, mas com a adição de representantes mineiros) não disputaram os campeonatos estaduais. Neste ano, muitas federações estaduais organizaram um curto campeonato após as copas regionais e os estaduais, os super-campeonatos estaduais. Desta maneira, o Trio de Ferro e o Malutrom disputaram o Super-campeonato Paranaense juntamente com os clubes que jogaram o estadual. A partir de 2003, o Campeonato Brasileiro começava a ser por pontos corridos, em turno e retorno. Desta forma, eram necessárias mais datas para a realização da competição. Portanto, os estaduais durariam até abril e o Brasileirão, o restante da temporada. Em 2005, o Paranaense contou com 19 datas e o Brasileiro com 42.

Desta forma, as tradições estaduais e regionais tendem a ganhar novos contornos ou serem gradativamente substituídas por nacionais. Isto quer dizer que, identidades futebolísticas, paixões clubísticas e os demais elementos do espaço de representação do futebol de um dado local tendem a sofrer pequenas ou grandes alterações. Dentre os grandes clubes, as rivalidades estaduais ou municipais não estão ameaçadas de terminar, mas sim de transcenderem os campeonatos estaduais. Os clássicos estaduais, no caso, os curitibanos, não acontecem apenas no Campeonato Paranaense, mas também no Brasileirão ou eventualmente em outras competições. Desta forma, os dérbis curitibanos ganham contornos e repercussão nacional, apesar de que é na capital paranaense que ele influencia mais direta e fortemente o espaço de representação do futebol. Além disso, rivalidades nacionais tendem a ganhar mais força, apesar de não substituírem as locais. No entanto, os clubes menores ou aqueles que não jogam as principais competições nacionais (Série A e B) têm grandes dificuldades de se sustentar economicamente, tendo prejuízos na política institucional e na sua relação com os atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol. Além disso, suas tradições (símbolos, mitos modernos, identidade futebolística) tendem a perder força e sua projeção no espaço de representação do futebol tanto estadual como nacional ficar limitada. Este fato ocorreu com muitos clubes do Paraná, tais como Operário, Cascavel e Grêmio Maringá. No caso deste último, um clube que tinha projeção no espaço de representação do futebol brasileiro e era uma força no paranaense, a

crise levou a sucessivas falências e mudanças de nomes, descaracterizando suas tradições. Os reflexos foram sentidos também pelo seu maior rival, o Londrina, que também perdeu projeção no espaço de representação estadual e nacional, apesar de se manter e disputar a Série B do Campeonato Brasileiro até 2004.

As próprias identidades futebolísticas regionais ganham novos contornos, pois têm que se adequar a este processo de nacionalização e de mundialização do futebol, já que com o mercado aberto às transferências, tanto interestaduais quanto internacionais de profissionais (sobretudo jogadores e treinadores), as diferenças regionais tendem a diminuir no fato futebolístico. Assim, o futebol praticado no Paraná é muito parecido com o praticado no resto do país, bem como o futebol brasileiro não é mais tão distinto dos demais como era em outros tempos. Apesar desta certa padronização, algumas características culturais e sociais locais ainda se fazem presentes no fato futebolístico, bem como nos outros elementos do espaço de representação do futebol. Por exemplo, a individualidade é mais valorizada no futebol brasileiro do que no alemão, assim como a raça está mais presente no fato futebolístico gaúcho do que no carioca. Porém é comum jogadores gaúchos em clubes cariocas, assim como brasileiros em times alemães, diminuindo a diferenciação dos fatos futebolísticos locais. Desta maneira, é difícil estabelecer uma distinção do fato futebolístico paranaense ou curitibano com o de outros centros. No entanto, características da sociedade curitibana e da cultura local são valorizadas por Atlético, Coritiba e Paraná, tais como a organização, a raça, a exigência com a qualidade, entre outras.

Entretanto, as características do espaço de representação do futebol paranaense e curitibano não são produzidas e apropriadas apenas pelos clubes, mas também por outros atores sócio-espaciais, como os especialistas e torcedores. Estes conservam, modificam e fazem circular tradições através de representações sociais. Eles o fazem também se apropriando de representações sociais da mídia e das próprias instituições futebolísticas. Representações estas contidas, sobretudo, no discurso e nos símbolos utilizados por estes atores sócio-espaciais.

Os torcedores também podem se agrupar através de instituições, as torcidas organizadas. Estas têm um papel importante na constituição da identidade futebolística. Elas manifestam de forma exacerbada sua afetividade pelo clube, utilizando cantos, bandeiras, faixas, fogos de artifício, entre outros recursos e adereços. Muitas vezes transcendem o seu papel principal no espaço de representação do futebol, que é torcer. Estas instituições promovem festas,

coordenam atividades esportivas, comercializam seus produtos, bem como praticam atividades filantrópicas. Em São Paulo, algumas torcidas organizadas funcionam também como escolas de samba.

Em Curitiba, as torcidas organizadas começaram como grupos de amigos que se organizavam – faziam bandeiras, faixas e iam uniformizados – para torcer nos estádios. A mais antiga torcida organizada em atividade de Curitiba é o Grêmio Recreativo Torcida Jovem do Coritiba. A Jovem foi fundada em 1977, no mesmo ano em que surgiram a Império Alverde e Os Fanáticos – maiores torcidas organizadas de Curitiba e Atlético, respectivamente. Estas torcidas organizadas começaram a ganhar espaço dentre os torcedores e dentro da própria política institucional dos clubes no final dos anos 1980. Tornaram-se instituições fundamentais no espaço de representação do futebol de Curitiba, pois são referências na prática social do futebol para muitos torcedores, bem como participam direta ou indiretamente nas decisões tomadas dentro dos clubes. Além disso, são locais em que as representações sociais acerca do futebol são criadas, modificadas e circuladas.

Em 1993, é fundada a maior torcida organizada do Paraná Clube, a Fúria Independente. Desta forma, os três grandes clubes da capital passaram a contar com instituições que representam a comunidade torcedora. Esta representatividade se dá, principalmente, entre torcidas organizadas e perante órgãos públicos. A polícia militar comumente realiza reuniões com os dirigentes das torcidas organizadas para tentar evitar problemas de violência ligados a estas instituições, sobretudo nas semanas em que há clássicos.

Todavia, as torcidas organizadas são responsabilizadas por diversos atos de violência, tais como brigas (inclusive confrontos armados), vandalismo e depredação de bens públicos e particulares. Tais representações sociais têm suas razões no fato de que os conflitos entre torcedores se dão, geralmente, em grupos cujos membros portam camisas ou símbolos destas torcidas organizadas. É verdade que nem sempre os envolvidos têm uma ligação oficial com tais instituições, ou seja, não são sócios. O fato é que apesar de lutarem contra estas representações sociais, realizando campanhas, publicando manifestos e se reunindo com a polícia, estes grupos, na prática social do futebol, extrapolam o sentimento de rivalidade. Isto se manifesta através de músicas, brincadeiras e, em casos extremados, em confrontos físicos.

Muitas destas manifestações são encontradas nos sites oficiais das maiores torcidas organizadas de Curitiba e Atlético. Tanto a Império quanto Os Fanáticos

publicaram, nas suas páginas oficiais na internet, um manifesto contra a violência no futebol, a fim de melhorar a imagem delas perante a sociedade curitibana. O texto cujo título é “Paz e Justiça! – A nossa onda é torcer sem violência” está idêntico nos dois sites, exceto pela assinatura e pelo cabeçalho – que trazem símbolos dos respectivos clubes e torcidas. O texto, na íntegra diz o seguinte:

Vimos através deste manifesto desmistificar algumas opiniões polêmicas sobre as torcidas organizadas e demonstrar a todos que também lutamos e torcemos por **PAZ e JUSTIÇA**, dentro e fora dos estádios, além é claro, por nosso Clube do Coração.

Para quem não sabe ou não conhece, Torcida Organizada não é gangue, não é bando e muito menos uma organização criminosa em que fazem parte meliantes, bandidos ou marginais.

Torcedores organizados não vão ao estádio com o intuito de promover a desordem, de gerar violência gratuita, de cometer delitos contra o cidadão comum, de agredir fisicamente o torcedor rival e muito menos de tirar a vida de inocentes.

Para quem sabe e conhece, Torcida Organizada é um grupo de pessoas comuns como eu e você, que gostam de assistir ao jogo de pé, porquê não é platéia e de se organizar para colorir o estádio com bandeiras, faixas, papel picado, sinalizadores e outros artifícios que embelezam o espetáculo. Torcedores Organizados são uma associação de amigos e irmãos com ideologias parecidas. Gostamos de gritar do começo ao fim o nome do time do coração, de fazer uma festa à parte no estádio e de apoiar o nosso time para mais uma vitória, mesmo na pior das circunstâncias.

Entretanto não somos inocentes em achar que não existem entre os nossos integrantes, uma minoria de pessoas que não entende a nossa filosofia de torcer e amar o Clube em que depositamos nossas emoções, frustrações e esperanças.

Porém é inocente quem acha que há somente gente sem compromisso e inescrupulosa em Torcida Organizada e não vê que existem pessoas de caráter duvidoso em qualquer profissão, família, partido político, fundação religiosa, entre outras organizações.

Dada estas explicações, viemos a público dizer que SEMPRE orientamos nossos integrantes a respeitar o próximo e principalmente o adversário. Que temos como bandeira a paz e justiça para todos, independente das camisas que vestem.

Finalizamos este manifesto, deixando um recado para aqueles que não conhecem um amigo, parente ou conhecido que torce por um outro time, ou que acha demagogia e hipocrisia o que foi dito até aqui.

Meu amigo, você além de não nos conhecer, também não conhece nada sobre o seu ADVERSÁRIO e muito menos sobre ESPORTE.

Pois se conhecesse, veria que por incrível que pareça, neste ponto **OS NOSSOS RIVAIS PENSAM COMO A GENTE!**

O Universo do Futebol é educação, cultura e principalmente alegria!

A nossa **onda** é torcer sem violência!

Obrigado!

Fonte: Site oficial da torcida organizada Império Alviverde e Site oficial da torcida organizada Os Fanáticos

O discurso de desejo de paz contrasta com o conteúdo dos próprios sites e com alguns atos das torcidas organizadas. Talvez as músicas sejam as manifestações mais comuns e explícitas de violência contra os rivais. Estas são cantadas nos estádios independentemente do jogo em questão, seja clássico seja

qualquer outro jogo. Os insultos para com as outras torcidas (organizadas ou não) e o incentivo a violência estão em grande parte das letras. Logicamente, há várias músicas de incentivo ao seu próprio clube, mas o que chama a atenção é que os sites oficiais trazem as letras e/ou os arquivos em mp3 tanto das músicas de incentivo quanto das violentas. Eis alguns exemplos de músicas violentas e agressivas:

Atirei o pau nos coxas

Atirei o pau nos coxas
E mandei tomar no cu
Coxarada filha da puta
Chupa rola e dá o cu
Ei, Coxa, vai tomar no cu!

Fonte: Site oficial da torcida organizada Os Fanáticos

Acabou a paz/loko

Acabou a paz
Isso aqui vai virar o inferno
Seja no campo, no terminal
Fanáticos vai descer o pau
Loko, loko, loko, loko, loko
Fanáticos!

Fonte: Site oficial da torcida organizada Os Fanáticos

Pau no cú do Atlético

Atleticano porco
Filho da Puta
Rebola aqui que eu vou comer sua bunda
Nasceu no chiqueiro
Não tem onde dormir
E quando acha graça não tem dente pra rir
Pau no cú do Atlético!
Cusão!

Fonte: Site oficial da torcida organizada Império Alviverde

Vou matar caveira

Vou bater em atleticano
Vou fazer pano de chão
Com aquela camisa feia
Fanaticús só tem cusão
Leva porrada de montão
E eu quero é matar caveira
Caveiraa, caveiraa, caveiraa
Vou matar caveira!

Fonte: Site oficial da torcida organizada Império Alviverde

A tentativa de melhoria da imagem das torcidas organizadas esbarra em problemas ligados às próprias instituições. O discurso violento e a necessidade de

auto-afirmação típica dos jovens (que constituem a maioria dos membros das organizadas, apesar de não ser este o perfil dos líderes) se constituíram como linguagem e nexos simbólico pelos quais passa a identificação dos torcedores com estas instituições. O mesmo ocorre com a violência física (TOLEDO, 2002). A criação de representações sociais acerca destas instituições passa também pelo discurso da mídia. Este pode tanto criar sensacionalismos sobre as torcidas organizadas quanto tratar o assunto violência no futebol com a seriedade e a profundidade necessária. O último caso ocorre quando se percebe a preocupação de se discutir o problema da violência no futebol – que não está desligado com a violência cotidiana – e conscientizar torcedores.

Este é um exemplo de como os especialistas têm um papel fundamental na construção do espaço de representação do futebol em Curitiba e no Paraná. A mídia paranaense realiza este papel com bastante efetividade.

O nascimento simbólico da mídia esportiva paranaense aconteceu, em 1915, através do lançamento da primeira publicação voltada especificamente ao futebol, a revista semanal “O Shoot”. Antes disto, o destacado jornal Diário da Tarde já realizava a cobertura esportiva dos clubes curitibanos, propondo inclusive a organização de um “Torneio Imprensa”, para o começo de 1914. O torneio que reuniria os principais clubes do estado acabou não acontecendo. Nos primórdios do futebol no Paraná, a mídia teve papel fundamental na divulgação e popularização do futebol, mas também era o principal veículo de crítica do esporte, que era visto por alguns como maléfico. Mesmo assim, a promoção era maior do que a depreciação. O jornal Diário da Tarde promoveu em meados de 1916 um concurso do “Melhor Clube da Cidade”, vencendo o América, com 1.761 contra 422 do Internacional, 352 do Operário de Curitiba e 184 do Coritiba. O concurso se repetiria cinco anos após, mas com o título “O Clube Mais Simpático”. O resultado foi semelhante, com América em primeiro, seguido por Internacional e Coritiba, respectivamente.

Desde então, surgiram os especialistas (cronistas e jornalistas esportivos) e os meios de comunicação encontraram no futebol um grande filão de mercado. Atualmente, a mídia tem a função de noticiar e de promover o futebol. Ela está presente no cotidiano do espaço de representação do futebol em Curitiba e é impossível pensá-lo sem esta. Acompanha o dia-a-dia dos clubes, bem como o próprio fato futebolístico, transmitindo a partida e produzindo e reafirmando representações sociais.

Dentre os atuais veículos de comunicação paranaenses se destacam alguns, tais quais os jornais Tribuna do Paraná, O Estado do Paraná e Gazeta do Povo; as emissoras de televisão TV Paranaense (Rede Globo), TV Iguaçu (SBT), TV Paraná (CNT), TV Educativa (Band), TV Independência (Record), TV Educativa (Paraná Educativa/Cultura), TV Exclusiva; as rádios Globo/CBN, Banda B e Transamérica; além dos sites destes próprios veículos e outros como o www.futebolpr.com.br¹⁰³ e os de torcidas organizadas (que também trazem notícias e textos opinativos). Cada um destes veículos aborda os fatos que o ocorrem no espaço de representação do futebol de Curitiba de forma diferente, dependendo de suas relações de poder com as instituições e atores sócio-espaciais.

Estes veículos estão intimamente articulados com a mídia nacional, uma vez que a maioria deles é sucursal de grandes conglomerados de comunicação. Muitas destas emissoras, sobretudo as de televisão – o meio de comunicação mais popular –, têm um tempo restrito para o esporte local. As próprias transmissões dos jogos indicam isto. Desta maneira, o espaço de representação do futebol de Curitiba fica muito suscetível a representações sociais que são produzidas na mídia nacional, que valoriza, principalmente, os espaços de representação do futebol paulista e carioca.

4 ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL DE CURITIBA-PR: A REDE SÓCIO-ESPACIAL DO CORITIBA

4.1 Entrevistas

4.1.1 Metodologia

Este capítulo do trabalho se dedica a uma análise do espaço de representação do futebol em Curitiba-PR, através da rede sócio-espacial do Coritiba Foot Ball Club. A rede se expressa através da articulação das instituições futebolísticas e dos atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol. Esta produz tanto relações sociais quanto espaciais. A espécie das relações varia de acordo com o ator sócio-espacial ou com a instituição em questão. Por exemplo, a relação que um clube mantém com sua torcida é geralmente, baseada na paixão (e outras afetividades), na identidade futebolística e da prática social do futebol. Estas relações produzem representações sociais e espacialidades diferentes daquelas produzidas entre o clube e os especialistas.

¹⁰³ Há diversos outros veículos que não foram citados.

Para se traçar e analisar esta rede sócio-espacial foram levantados diversos dados sobre o futebol curitibano e, especificamente, sobre o clube. Para tanto, foram realizadas uma pesquisa bibliográfica (livros temáticos, revistas, jornais e internet) e uma série de entrevistas com atores sócio-espaciais do espaço de representação do Coritiba. As entrevistas possibilitam uma compreensão da visão, dos sentimentos, opiniões e papéis dos diferentes atores sócio-espaciais no espaço de representação do futebol do Coritiba.

Optou-se por realizar entrevistas não estruturadas (abertas). Estas permitem maior liberdade para que os entrevistados expressem sua visão do espaço de representação do futebol. Tim MAY (2004, p. 149) apresenta as vantagens da escolha das entrevistas não estruturadas:

A diferença central desta forma de entrevista em relação à entrevista estruturada ou semi-estruturada é o seu caráter aberto. É dito que isso a provê da capacidade de desafiar as concepções do pesquisador, assim como permite ao entrevistado responder perguntas dentro de sua própria estrutura de referência. Alguns podem considerar isso como uma licença para o entrevistado simplesmente falar sobre uma questão da maneira que escolher. Não obstante, essa desvantagem aparente é transformada em uma vantagem, porque há uma preocupação com a perspectiva da pessoa sendo entrevistada e estas coisas, como aparentemente divergir do tópico específico, podem de fato revelar algo sobre suas preocupações (Bryman, 1988a).

Buscando uma coerência com o tipo de entrevista escolhido, o critério de amostragem adotado foi qualitativo. Foram selecionados atores sócio-espaciais relevantes do espaço de representação do futebol de Curitiba, com ligação direta (institucional) ou indireta (afinidade) com o Coritiba. As três classes de atores sócio-espaciais foram contempladas: os profissionais, os especialistas (mídia) e os torcedores.

A maior dificuldade foi a realização das entrevistas com atores ligados diretamente ao clube, sobretudo jogadores atuais e dirigentes. A alegação oficial era que, devido ao momento difícil que vivia o Coritiba (ameaçado de rebaixamento no Campeonato Brasileiro), as entrevistas poderiam atrapalhar a concentração dos jogadores e que os dirigentes (especificamente, o presidente Giovani Gionédis) estariam muito ocupados. Mesmo assim, foram entrevistados dois atores sócio-espaciais ligados diretamente ao clube: Krüger e Pachequinho. Quanto ao presidente Giovani Gionédis, optou-se por utilizar, na análise, entrevistas cedidas a veículos de comunicação paranaenses (rádio e Internet).

As nove entrevistas realizadas foram conduzidas de maneira que o entrevistado ficasse à vontade para expor suas experiências no espaço de representação do futebol. No início de cada entrevista era solicitado para que o ator sócio-espacial contasse sobre sua trajetória no futebol ou sobre sua ligação com o Coritiba. À medida que os entrevistados respondiam os questionamentos, novas perguntas surgiam. Não foram utilizadas perguntas-padrão, mas em muitas entrevistas determinados temas foram recorrentes.

Dentre os profissionais, foram entrevistados: Aroldo Fedatto (Fedato), Dirceu Krüger, Aladim Luciano, Eriélton Carlos Pacheco (Pachequinho) e José Hidalgo Neto (Capitão Hidalgo). Além disto, foram analisadas entrevistas publicadas nas mais diversas mídias do Presidente Giovani Gionédis. Vale lembrar que a divisão dos entrevistados em grupos de atores sócio-espaciais é arbitrária e não fixa, pois muitos deles participam simultaneamente ou já participaram mais de uma das classes. O Capitão Hidalgo, por exemplo, iniciou sua relação com o Coritiba como jogador do clube, posteriormente tornou-se jornalista e atualmente voltou a atuar diretamente no clube, como assessor da diretoria. Desta maneira, poderia ser classificado tanto dentre os profissionais como dentre os especialistas.

Fedato foi escolhido porque foi um dos maiores jogadores do clube, tornando-se um mito alviverde. Inclusive, um dos períodos mais bem sucedidos da história do Coritiba se confunde com a trajetória deste zagueiro. Mesmo jogando em uma posição de menos destaque, Fedato é considerado um dos melhores jogadores que já vestiram a camisa coritibana. É, inclusive, apontado por vários profissionais, torcedores e especialistas o maior jogador da história do Coxa. Ao encerrar a carreira como jogador, Fedato se tornou treinador do Coritiba, mas a experiência durou pouco tempo e o ex-jogador se dedicou a sua carreira de contador e de empresário, tendo uma rede de lojas de artigos esportivos que levavam seu nome. Fedato foi, ainda, diretor social do Coritiba e escreveu, por dois anos, uma coluna para a Gazeta do Povo, comentando o futebol profissional e amador.

A partir de 1966, ano que chegou ao Coritiba, a história de Krüger se confunde com a do clube. O meio campista, conhecido pelo apelido de Flecha Loira, conquistou sete campeonatos paranaenses, além do Torneio do Povo e da Fita Azul, em dez anos como jogador do Coritiba. Sua carreira como jogador poderia ser mais longa se não fossem as várias lesões. Mas estes dez anos bastaram para criar uma identificação enorme entre o profissional e o clube. Krüger nunca mais saiu do Coritiba, desempenhando as mais diversas funções, como auxiliar técnico (inclusive

na campanha do título brasileiro de 1985), treinador interino, treinador efetivo (ele é o técnico que mais dirigiu o Coritiba) e treinador das categorias de base. Atualmente, Dirceu Krüger é o coordenador geral das categorias de base do clube.

Pachequinho tem uma trajetória curiosa dentro do Coritiba. Quando jogador, foi uma das maiores revelações do clube nos anos 1990, tornando-se uma promessa de craque. Mas as constantes contusões e o período sem títulos e na segunda divisão atrapalharam a carreira do atacante. Pachequinho foi jogador do Coxa de 1990 a 1996. Curiosamente, ao sair do clube, ele jogou nos dois maiores rivais, Atlético e Paraná Clube. Mesmo assim, o jogador manteve uma grande identidade com o clube e com a torcida coxa-branca, voltando em 2002 para ser treinador das equipes de base – função que desempenha até hoje.

Aladim também foi jogador do Coritiba por um longo período: dez anos entre idas e vindas, chegando inclusive a jogar pelo Atlético e Colorado. O ponta esquerda também é considerado um dos melhores da história do Coritiba ficando bastante identificado com o clube mesmo depois de ter parado de jogar. Aladim tornou-se comerciante. Na sua padaria, camisas, fotos e demais artigos do seu tempo de jogador demonstram a sua ligação com o futebol e com o Coritiba. A identificação foi tão grande que Aladim venceu as eleições para vereador de Curitiba. Na campanha utilizou símbolos do clube e a sua identificação com a torcida para se eleger pelo Partido Verde.

Hidalgo era contemporâneo de Aladim, sendo pentacampeão paranaense (1971 a 1975) e do Torneio do Povo. O jogador era o líder do time, o capitão. Esta imagem ficou tão forte que o volante, mesmo depois de parar de jogar futebol continua sendo chamado de Capitão Hidalgo. Mesmo trabalhando como radialista esportivo há 30 anos, o ex-jogador continuou mantendo uma identidade forte com o clube, sendo um dos grandes ídolos da torcida. Em 2006, Hidalgo voltou ao Coritiba como assessor de futebol da presidência. Hidalgo também se enquadra na classe dos especialistas, pois é uma das referências da mídia curitibana, cobrindo o futebol paranaense e mais especificamente o Coxa. Como comentarista, o Capitão Hidalgo já cobriu sete Copas, diversos Brasileirões, entre outros eventos.

Da mídia também foram ouvidos Paulo Krauss e Vinicius Coelho. O jornalista Paulo Krauss escreveu um livro sobre a vida de Fedato. Ele trabalha com futebol há cerca de dez anos, foi chefe de redação do extinto jornal Primeira Hora e colunista do jornal Lance!. Paulo Krauss é torcedor do Coritiba e freqüentador assíduo do Couto Pereira.

Vinicius Coelho é um respeitado cronista esportivo, tendo trabalhado nos mais diversos meios de comunicação (rádio, jornal e televisão), do estado do Paraná e do Brasil. Foi presidente da Abrace (Associação Brasileira de Cronistas Esportivos) e vice-presidente da América do Sul da AIPS (Association Internationale de la Press Sportive). Há cerca de cinquenta anos escreve sobre o futebol paranaense, destacadamente sobre o Coritiba, seu clube de coração.

No grupo de torcedores foram entrevistados, além de Paulo Krauss, Luiz Fernando Corrêa (Papagaio) e Luiz Stelfeld (Luizão). Este é fundador da torcida organizada Império Alviverde, a maior do Coritiba na atualidade. Luizão se notabilizou como um símbolo da torcida coxa-branca ao representar o clube no programa Tribuna no Esporte – no qual um torcedor representando um dos membros do Trio de Ferro defende seu clube e faz brincadeiras com os outros. A popularidade foi tão grande que Luizão se elegeu vereador de Curitiba, pelo Pcdob. Em sua campanha também utilizou os símbolos do clube.

Papagaio é o atual presidente da Império Alviverde. Ele é o responsável por coordenar uma das maiores torcidas organizadas do país, tendo atuação indireta na política institucional do clube e sendo uma referência na prática social do futebol, sobretudo no torcer.

Todas as entrevistas foram abertas e gravadas. Nelas os atores sócio-espaciais tiveram a liberdade de falar sobre sua relação com o clube, com os demais atores sócio-espaciais e com os elementos do espaço de representação do futebol. Algumas perguntas foram feitas no decorrer das entrevistas a fim de orientar os entrevistados ao assunto em questão.

Os atores sócio-espaciais foram bastante receptivos às entrevistas. Todos eles foram entrevistados em seus locais de trabalho (no Couto Pereira, CT da Graciosa, escritórios, etc.), com exceção de Fedato que foi entrevistado em sua própria casa. Em geral, as entrevistas foram de ótimo nível, respondendo os anseios da pesquisa. A maior dificuldade foi marcar as entrevistas com os atores sócio-espaciais que trabalham diretamente no clube, pois sua rotina é bastante regrada e fechada.

Além da base teórica utilizada neste trabalho, o recurso metodológico de análise do discurso de BOURDIEU será usado como auxílio. A concepção de discurso como manifestação do poder, de FOUCAULT, permeia todas as formulações sobre discurso. Estas idéias se juntarão com as de BOURDIEU (1996), sobretudo aquelas que postulam que a análise do discurso deve transcender as

questões lingüísticas, mas tomar como fundamental o conhecimento da posição do entrevistado – o papel que ocupa no espaço de representação, sua biografia, anseios, etc.

No espaço de representação do futebol, os atores sócio-espaciais produzem, em seus discursos, uma língua especial. Esta se constitui como “o produto de um *compromisso* entre um *interesse expressivo* e uma *censura* constituída pela própria estrutura do campo onde o discurso é produzido e também circula” (BOURDIEU, 1996, p. 131). Partindo-se desta idéia, as entrevistas demonstram, a partir da subjetividade de cada entrevistado, a maneira como estes atores sócio-espaciais produzem, modificam e fazem circular representações sociais no espaço de representação do futebol. Em outras palavras, o discurso – expressado através de uma língua especial – demonstra como se estrutura o espaço de representação do futebol de Curitiba. No entanto, é necessário considerar que os dados fornecidos pelas entrevistas não são nem dados precisos nem distorcidos, mas fornecem meios para a interpretação do contexto no qual os entrevistados estão inseridos, ou seja, no espaço de representação do futebol do Curitiba Foot Ball Club (MAY, 2004, p. 172).

4.1.2 Análise das Entrevistas

A análise das entrevistas é um passo fundamental para compreender a construção do espaço de representação do futebol de Curitiba – especificamente do Curitiba Foot Ball Club. Através delas os atores sócio-espaciais manifestam a sua visão deste espaço de representação do futebol, bem como emitem representações sociais valiosas para se traçar a rede sócio-espacial do Curitiba. Assim, serão analisadas as diferentes relações que ocorrem nesta instância da espacialidade, entre os atores sócio-espaciais e as instituições.

Como já detalhado, o Curitiba se insere dentro de uma estrutura política futebolística dividida hierarquicamente em diversas instituições, formadas pelos atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol – profissionais, torcedores e mídia. No caso do clube em questão, em ordem hierárquica: a Fifa, a Conmebol, a Confederação Brasileira de Futebol e a Federação Paranaense. É imperativo que o clube esteja filiado a tais instituições, portanto estas são classificadas como instituições fundamentais na rede sócio-espacial do Curitiba. No entanto, o clube pode também participar de outras organizações, mesmo sem ter

necessidade legal de o fazer. Estas são chamadas de instituições acessórias, pois apesar de serem importantes para a construção da rede sócio-espacial do clube e, em consequência, do espaço de representação do futebol, elas não são fundamentais. O Coritiba faz parte de algumas instituições acessórias, como o Clube dos 13. Algumas instituições acessórias também são formadas para a organização de campeonatos (ligas), bem como para negociações perante outras instituições – isto ocorre quando um conjunto de clubes se une para negociar os direitos de transmissão de jogos, cotas, etc.

Estas instituições possuem diferentes territorialidades, dependendo fundamentalmente de sua escala de atuação. O mesmo acontece com os atores sócio-espaciais, que além de funções específicas dentro do espaço de representação do futebol, constituem suas territorialidades próprias através de relações de poder. Isto pode ser ilustrado nas palavras do Presidente do Coritiba Giovanni Gionédis se referindo a Antonio Lopes, que foi treinador do Coritiba do início de 2004 até meados de 2005: “Não, não é folclore. Lopes é uma pessoa muito benquista na CBF. Nas seleções de base tem bons contatos e é uma pessoa que sempre foi consultada na convocação de jogadores. Agora, o Lopes, acima de tudo, é um grande técnico e eu defendi isso muito tempo no Coritiba”¹⁰⁴.

Isto demonstra que a territorialidade da política institucional clubística, no caso, do Coritiba, é influenciada pelos profissionais, assim como os demais atores sócio-espaciais. O discurso de Gionédis – investido de seu cargo – demonstra que o clube procura expandir sua territorialidade nacionalmente através de relações de poder com a CBF. O dirigente atribui um valor simbólico na presença de Lopes como o treinador da equipe, pois além de defendê-lo como um técnico competente, o valoriza como sendo influente politicamente. Assim, se constata que o clube não possui tanta influência política em nível nacional como possui no Paraná ou como a diretoria gostaria que possuísse.

Desta maneira, tanto mais estreita é a relação política do Coritiba quanto menor for a escala de atuação desta instituição. Assim, o clube possui maiores condições de intervir, através de relações de poder, na Federação Paranaense de Futebol do que na Fifa. Da mesma maneira, a FPF, apesar de ser hierarquicamente inferior, influencia mais cotidianamente a política institucional e os demais elementos do espaço de representação do futebol do Coritiba do que a entidade máxima do

¹⁰⁴ Site www.futebolpr.com.br

futebol. Pode-se concluir que a territorialidade do clube está circunscrita, no seu cotidiano, à cidade de Curitiba, ao resto do Paraná e, em menor escala, ao Brasil.

Isto decorre do fato de que nem o Coritiba nem as demais instituições futebolísticas do Paraná possuem papéis centrais nas relações de poder do futebol em escala nacional. As instituições – federativas e clubísticas – com maior influência na Confederação Brasileira de Futebol são as paulistas e cariocas, seguidas das mineiras e gaúchas. Isto se deve a questões geográficas, políticas e econômicas. O jornalista Vinicius Coelho explica a maior projeção dos clubes cariocas e paulistas através da comunicação. O fato da mídia destes estados ser historicamente a mais preponderante do Brasil explica a projeção das instituições destas localidades. O desenvolvimento midiático está intimamente ligado a questões políticas e econômicas, bem como, conseqüentemente, tecnológicas. Em épocas que não havia televisão, o rádio era o meio de comunicação que mais divulgava o futebol. O rádio, sobretudo, carioca tinha abrangência nacional, sendo os jogos dos clubes locais transmitidos para todo o país, criando assim uma torcida para estes clubes, mesmo à distância – como comenta Vinicius Coelho: “Naquela época a gente tinha um time aqui de Curitiba, um time em São Paulo e um time no Rio. Era infalível. (...). O futebol que predominava aqui era o carioca”¹⁰⁵.

O poder da mídia carioca e paulista simbolizava (e ainda simboliza) o poder destes estados em relação aos outros, tanto no campo político como econômico. Esta condição de poder se reflete ainda hoje sobre a prática social do futebol – sobretudo no que se refere ao torcer, a atenção dada pelos especialistas e a projeção alcançada pelos profissionais – e ao próprio fato futebolístico, já que, assim, os clubes do eixo Rio-São Paulo levam vantagem esportiva. Quando questionado sobre se jogou tanto (com tanta qualidade) para ter a badalação que recebe hoje dos atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol de Curitiba, Aladim responde: “Joguei. (...). Era para ter mais. Se fosse no Rio...”¹⁰⁶. O discurso do ex-jogador do Coritiba, que inclusive foi Campeão Carioca pelo Bangu, explicita a maior importância dada pelos atores sócio-espaciais do futebol brasileiro ao estado do Rio de Janeiro em relação ao Paraná.

Vinicius Coelho aponta o Campeonato Brasileiro como um fator fundamental na expansão das territorialidades dos clubes fora do eixo Rio-São Paulo. O fato dos clubes paranaenses disputarem este campeonato desde de sua primeira edição, em

¹⁰⁵ Entrevista de Vinicius Coelho, pesquisa de campo, 01 dez. 2005.

¹⁰⁶ Entrevista de Aladim Luciano, pesquisa de campo, 15 set. 2005.

1971, fez com que os atores sócio-espaciais do espaço de representação de Curitiba valorizassem estes clubes. “Hoje o Campeonato Brasileiro abriu para todos os lados. O futebol carioca já não interessa tanto quanto interessava. Porque os times daqui estão disputando hoje campeonatos brasileiros. Os meus últimos filhos já não têm times em São Paulo e no Rio. Eles têm aqui. Eles não querem saber de São Paulo e Rio. Querem matar São Paulo e Rio”¹⁰⁷. Os sentimentos de ódio e de ojeriza aos clubes paulistas e cariocas são determinantes para a criação de uma identidade futebolística paranaense. Esta manifestar-se-á através da paixão clubística, mas o próprio fato de negar os clubes dos outros estados é uma maneira de valorizar as rivalidades locais. No entanto, a projeção das instituições futebolísticas paranaenses possui limitada força no nível nacional, pois ainda predominam as paulistas e cariocas – seguidas das mineiras, gaúchas e, mais recentemente, paranaenses. As instituições futebolísticas paranaenses ganharam territorialidades dentro do seu próprio estado e, sobretudo, em Curitiba, onde passaram a se sobrepôr às de outros estados. O espaço de representação do futebol de Curitiba projetou-se ao nível nacional, mas sobretudo, consolidou-se localmente.

A territorialidade do Coritiba dificilmente atinge escalas continental e mundial, já que o clube depende não apenas de sua política institucional, mas também de resultados atingidos através do fato futebolístico para participar das competições organizadas pela Conmebol (Libertadores da América e Copa Sul-Americana) e pela Fifa (Mundial Interclubes). O mesmo não ocorre com competições nacionais e estaduais. Apesar da participação do clube em tais competições estar condicionada aos resultados esportivos, o clube, através de política institucional, é capaz de criar condições para disputar as mesmas – sobretudo as estaduais. Em outras palavras, a importância simbólica do Coritiba no futebol paranaense o faz ocupar uma posição de indispensável nas competições organizadas pela FPF. Isto não quer dizer que mesmo o clube sendo rebaixado para a segunda divisão do campeonato paranaense, ele tem uma vaga assegurada para a primeira divisão do outro ano, mas que as instituições futebolísticas interessadas fariam um esforço na tentativa de mantê-lo na competição – apesar dos atuais entraves legais para estas práticas, criados no Estatuto do Torcedor. Esta situação nunca ocorreu com o Coritiba, mas já com o seu rival. Em 1968, as diversas instituições clubísticas e os atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol paranaense se esforçaram para manter o Atlético na principal divisão do campeonato estadual. O mesmo ocorreu em

¹⁰⁷ Entrevista de Vinicius Coelho, pesquisa de campo, 01 dez. 2005.

nível nacional com o Fluminense, que, mesmo sendo rebaixado em 1996, disputou a Série A em 1997. O clube carioca goza de maior prestígio do que o próprio Coritiba em escala nacional, já que o Coxa foi rebaixado em 1989 por uma ação extra-campo da CBF.

Para Aladim, a limitada territorialidade do futebol paranaense não se deve somente à questão esportiva (baixa frequência de resultados expressivos em âmbito nacional), mas principalmente a questões políticas e econômicas. “Falta política. (...). Os governadores das capitais, tanto de São Paulo quanto do Rio de Janeiro, puxam tudo pra lá. (...). Eles querem se projetar cada vez mais e os jornalistas vão nessa. A Globo, onde está? Rio de Janeiro e São Paulo. As outras são todas sucursais.”¹⁰⁸. Aladim continua: “Eu acredito que o Coritiba e o Atlético, que foi campeão em 2001, não galgam esse negócio aí, principalmente, porque a mídia não quer, porque não dá retorno financeiro pra eles”¹⁰⁹. Além da dimensão econômica, manifestada através dos especialistas, o discurso de Aladim se pauta em questões políticas, de interesse e conveniência. Uma abordagem incomum para um ex-jogador de futebol que, salvo exceções, mantém seu repertório restrito a poucas frases feitas, à praticamente uma língua específica permeada pela censura de falar sobre o futebol apenas sob sua dimensão esportiva. Entretanto, Aladim, através de sua capacidade de formulação e reflexão, tornou-se vereador de Curitiba. Este cargo que ocupa reforçou em seu discurso a dimensão política, inclusive quando se trata de futebol.

Capitão Hidalgo, ex-companheiro de Aladim no Coritiba, também se constitui em exceção. Seu poder de articulação, desde os tempos de jogador, é demonstrado por sua própria alcunha de capitão. Ao encerrar a carreira, o capitão da equipe coxa-branca tornou-se radialista, profissão que exerceu por 30 anos, até voltar ao clube como assessor da diretoria. Hidalgo atribui uma territorialidade ao futebol paranaense diferente daquela que o fez Aladim, colocando-o como a segunda força nacional. “Hoje é o segundo. Tirando São Paulo... Minas está feio. Rio Grande [do Sul] está lá lutando pra tentar voltar o Grêmio. O Rio [de Janeiro] caído. Eu vejo o Paraná como segunda força do futebol brasileiro”¹¹⁰. Fedato, que já exerceu as mais diversas funções no Coritiba (jogador, treinador e diretor) não vê o Paraná como segunda força do futebol nacional, sobretudo sob o ponto de vista econômico. O ídolo coxa-branca acredita que é muito difícil manter os jogadores de qualidade no futebol brasileiro e mais ainda no paranaense, justamente pelo menor poderio

¹⁰⁸ Entrevista de Aladim Luciano, pesquisa de campo, 15 set. 2005.

¹⁰⁹ Entrevista de Aladim Luciano, pesquisa de campo, 15 set. 2005.

¹¹⁰ Entrevista de José Hidalgo Neto, pesquisa de campo, 10 nov. 2005.

econômico. “Não é fácil você encontrar onze jogadores para as onze posições, (...), especialmente em um futebol mais pobre que nem o nosso. Eu digo mais pobre financeiramente. Porque o jogador bom do Coritiba, daqui a pouco, vai pra São Paulo e Rio. O jogador bom de São Paulo e Rio, daqui a pouco vai para fora”¹¹¹. Esta realidade se acentuou quando surgiu o *ethos* futebolístico do futebol como negócio. Os centros econômicos passaram a atrair os melhores profissionais, fortalecendo conseqüentemente sua condição de centro esportivo. Este fenômeno não se restringiu ao Brasil – no caso do eixo Rio-São Paulo – mas se tornou algo global, com os principais profissionais (principalmente jogadores) se transferindo para a Europa e até para a Ásia (onde o futebol não tem tanta tradição).

Identifica-se, assim, uma relação do Coritiba com outros clubes pautada em interesses econômico. Esta rede, formada pelos clubes, empresários, empresas e os próprios jogadores, recebe o nome de mercado de transferências. Neste, o clube não se relaciona apenas diretamente com o outro para adquirir os direitos federativos do jogador, mas também, comumente, com empresários que intermediam as transferências, bem como com empresas que, assim como os empresários, detém parte ou a totalidade dos direitos federativos do jogador. Assim, um bom relacionamento com estas instituições e atores, é importante para o clube se inserir com eficiência neste mercado.

O *ethos* do futebol como negócio substitui a idéia do amadorismo e torna-se um entrave à identificação clubística aos jogadores. A dificuldade de se manter por muito tempo em um mesmo clube faz com que, ao contrário de antigamente, a imagem da maioria dos jogadores não seja necessariamente atrelada à de um clube. A realidade atual contrasta com a de Fedato, que jogou no Coritiba em uma época em que os diversos jogadores conciliavam a profissão de jogador com outras profissões. Era um semi-profissionalismo, pois havia remuneração, mas dificilmente o atleta dedicava-se exclusivamente ao futebol. “Especialmente na minha época, porque na minha época nós éramos profissionais, mas no fundo mesmo nós éramos amadores porque nós jogávamos com amor à camisa”¹¹². As palavras de Fedato expressam o *ethos* futebolístico do amor à camisa, intimamente ligado com a identificação clubística e a afetividade. O amor à camisa pode ser considerado um fator importante na rede sócio-espacial do Coritiba, pois influencia na maneira como

¹¹¹ Entrevista de Aroldo Fedatto, pesquisa de campo, 30 ago. 2005.

¹¹² Entrevista de Aroldo Fedatto, pesquisa de campo, 30 ago. 2005.

o jogador se relaciona com o clube – dificultando ou facilitando possíveis transferências.

No discurso dos ex-jogadores do Coritiba entrevistados, transparece uma certa indignação e frustração pela raridade do amor à camisa no atual futebol, pautado pelo *ethos* do negócio. Krüger, um dos maiores exemplos de amor e identificação com um clube – já que está no Coritiba ininterruptamente desde 1966 –, demonstra sua visão desta mudança de *ethos*: “Hoje não tem mais amor à camisa. Futebol é comercio”¹¹³. Aladim, que atuou por dez anos no clube, defende que as novas relações no futebol são, além de mudanças no espaço de representação do futebol, reflexos de mudanças da sociedade em si. “Era mais por amor. Tudo de hoje em dia está diferenciado daquela época. (...). Naquela época lá, era um respeito fora de série. Hoje em dia já não se tem mais em nada. (...). No caso do futebol, então, foi pro espaço. Se não tiver dinheiro, o cara não joga”¹¹⁴. Hidalgo, que foi cinco anos consecutivos capitão do time coritibano, também detecta a mudança no *ethos*. O Capitão Hidalgo valoriza, em seu discurso, o sentimento clubístico e diz que este é atualmente restrito aos torcedores. Apresenta a falta de amor à camisa e atitudes demagógicas, como beijar o distintivo de qualquer clube, como empecilhos a sua volta ao futebol. Apesar disto, Hidalgo aceitou trabalhar no Coritiba dias depois da entrevista. Quanto ao amor à camisa, ele afirma:

“Não tem, não tem. É impossível. Se você fizer uma enquete com as pessoas que viram aquela época, eles escalam o time do Coritiba de 73 e não escalam o que vai jogar domingo, contra o Corinthians. Porque era um time que ficava. Eternizava o time. Era valorizado quem ficava no clube mais tempo. Hoje não tem mais esse sentimento clubístico. O sentimento ficou para o torcedor. Eu sentiria muito se eu voltasse ao futebol, vendo esse distanciamento da qualidade que é jogada, o serviço que é prestado, e beijando qualquer distintivo. Isso não cabia, não cabe a mim, que vivi aquela época, ver um negócio desse”¹¹⁵.

A identificação clubística não acabou, mas ganhou novos contornos e ficou mais rara. As categorias de base são fundamentais para manter estes sentimentos, além de serem esportiva e economicamente interessantes para os clubes. O ex-jogador e atual treinador das categorias de base do Coritiba, Pachequinho, acredita que a passagem do jogador pelas categorias de base do clube ajuda na sua identificação com a instituição, assim como ocorreu entre ele e o Coritiba. “Geralmente o da base se identifica mais com o clube. Já está há algum tempo,

¹¹³ Entrevista de Dirceu Krüger, pesquisa de campo, 27 out. 2005.

¹¹⁴ Entrevista de Aladim Luciano, pesquisa de campo, 15 set. 2005.

¹¹⁵ Entrevista de José Hidalgo Neto, pesquisa de campo, 10 nov. 2005.

passou por algumas dificuldades, principalmente. (...). Então acho que a valorização é maior. O atleta se dedica. O atleta se identifica muito com o clube. Eu fiquei durante sete anos profissional e mais oito de base, então, quase quinze anos”¹¹⁶. Pachequinho é um caso raro de identificação com o Coritiba pelo tempo de permanência e por ter jogado nos dois maiores rivais, o que não abalou as raízes que possui com o Coxa. Algo semelhante aconteceu com Aladim, que também jogou no Atlético e no Ferroviário, mas mesmo assim manteve sua afetividade ligada ao Coritiba e é um jogador identificado com o clube.

Assim como Pachequinho, Krüger valoriza o trabalho das categorias de base – naturalmente, pela função que ocupam no clube e por sua trajetória no Coritiba – dizendo que esta, assim como o tempo de clube, é capaz de criar a identidade do jogador com o clube, bem como estimular o amor ao clube desde criança. Quando questionado o que faz com que o jogador se identifique com o clube, Krüger responde:

O tempo ou a base. Então a gente faz a base, cria a base pra que ele se enraíze. Pra que ele conheça o clube. A maioria dos jogadores que vem aí de fora não conhecem o clube. Não conhecem a tradição. E aquele jogador que é da base, que são filhos de pessoas que são do local, que são torcedores, às vezes aquele que nem é torcedor – tem muitos jogadores da base que não são torcedores do Coritiba, mas eles se dedicam com se fossem torcedores do Coritiba, (...), porque é uma raiz, é amizade, aquilo de bom que é feito, aquilo que cativa... Evidentemente que não vai mudar... É difícil... A pessoa nasce torcedor... Muda quando é molequinho, mas dos 10 pra cima é muito difícil mudar. Mas ele defende como se fosse... Ele tem o amor ao clube como se fosse a sua segunda mãe, o segundo pai, uma coisa nesse sentido¹¹⁷.

O trabalho de categorias de base não apenas identifica os jogadores com o clube, mas também é considerada uma fonte de jogadores que se tornarão importantes esportivamente e economicamente. Giovani Gionédís avalia este trabalho de base como fundamental para o Coritiba. “Esse é o trabalho principal do Coritiba. Eu acho que o futebol parte da base. E essa base tem que estar solidificada. Por isso que nós queremos criar este centro de formação de atletas, que vai ter as categorias juvenis, as categorias juniores e mais aqueles atletas que vêm para serem observados – fruto da observação dos nossos olheiros – que é para compor toda essa base que vai dar os frutos para o principal”¹¹⁸. No entanto, Krüger

¹¹⁶ Entrevista de Eriélton Carlos Pacheco, pesquisa de campo, 26 out. 2005.

¹¹⁷ Entrevista de Dirceu Krüger, pesquisa de campo, 27 out. 2005.

¹¹⁸ Entrevista de Giovani Gionédís, Rádio Transamérica Pop (100,3 MHz), 02 dez. 2005.

adverte quanto ao uso de jogadores da base na equipe principal dizendo que o jogador que sobe ao time principal deve “ser ajudado” em um primeiro momento e não para assumir a responsabilidade de “ajudar”, o que só deveria acontecer no momento em que ele esteja adaptado à nova realidade.

O trabalho de base do Coritiba cumpre com o seu objetivo, pois cria a identidade do jogador e rende esportiva e financeiramente para o clube. Alex é um exemplo disto. O jogador é uma das maiores revelações das categorias de base do clube nos últimos tempos e, além de render frutos no campo esportivo e financeiro, mantém uma forte identidade com o clube, mesmo anos depois de sua saída do Coritiba. Alex não esconde seu desejo de encerrar a carreira no clube: “meu último jogo será com a camisa do Coritiba”¹¹⁹. Na gestão de Gionédis, o Coritiba revelou diversos jogadores que ganharam projeção nacional e internacional, como Rafinha, Marcel e Adriano. Os três participaram das seleções brasileiras de base e Adriano foi campeão da Copa América pela Seleção Brasileira. Atualmente, eles jogam em grandes clubes europeus. A própria participação destes jogadores nas seleções brasileiras contribuem para a expansão da territorialidade do clube em nível nacional e até internacional.

Se a afetividade e identidade estão abaladas dentro os jogadores, um outro grupo de atores sócio-espaciais mantém estas características em relação ao clube. Os torcedores são definidos por sua identidade futebolística com o clube e por sua afetividade peculiar por ele, a paixão. Isto se manifesta através de uma prática social do futebol, o torcer. Este pode assumir diversas dimensões e se manifestar das mais diferentes formas. Dois dos três torcedores entrevistados – Luizão e Paulo Krauss – disseram começar a torcer para o Coritiba desde criança, sendo influenciados, naturalmente, pelos pais. Papagaio também disse ser torcedor do Coxa desde sempre, mas que sua família tentou o fazer torcer para o Colorado. “Na realidade, a minha família vem do Colorado. Desde pequenininho eu tive simpatia pelo Coritiba, sempre torci. Meu irmão, quando eu era pequeno, me levou em alguns jogos do Colorado, mas a paixão sempre foi o Coritiba”¹²⁰. Portanto, são complexas as explicações sobre como inicia o processo de identificação clubística. O fato é que, geralmente, se inicia na socialização primária – como no caso dos três entrevistados – e que se solidifica de uma forma que, geralmente, perdura a vida inteira. São raros

¹¹⁹ Site www.futebolpr.com.br

¹²⁰ Entrevista de Luiz Fernando Corrêa, pesquisa de campo, 04 nov. 2005.

os casos de torcedores que mudam de clube – popularmente conhecidos como “vira-casacas” –, algo socialmente condenável.

O torcer, como prática social, admite inúmeras explicações, pois depende, sobretudo, das experiências pessoais e das representações sociais que geram. Para Luizão, fundador da maior torcida organizada do Coritiba, Império Alviverde, o torcer é estar sempre presente quando o clube joga. É tentar influenciar ao máximo no fato futebolístico.

O que é torcer? Pra mim é tudo. Eu não consigo me ver tendo um jogo do Coritiba se eu não estiver dentro do estádio. Muito jogo você vai lá e sabe que o jogo é horrível, está chovendo, frio... Eu tenho *pay per view* em casa e poderia assistir em casa, mas eu não consigo ficar em casa sabendo que está tendo um jogo no Couto Pereira. Em 23 anos – na época da torcida – eu perdi um jogo do Coritiba, que foi um Coritiba e Fluminense, em 1986 – uma coisa assim – que o Coritiba já estava desclassificado e nós tínhamos uma festividade. O jogo era domingo e anteciparam para sábado. Daí eu não pude adiar, senão eu tinha ido. Mas pra mim é loucura. Aqueles 90 minutos em que eu estou ali dentro eu falo pra todo mundo que eu me transformo ali dentro: eu xingo, eu subo na grade. Eu acho que o jogador corre porque eu estou gritando. Então eu cobro muito, incentivo 90 minutos. Apóio. Não aceito torcedor que vai no campo e fica vaiando durante os 90 minutos. Até a gente arranja encrenca de vez em quando no estádio porque a gente acha que o jogador procura – entre aspas – ou teria que procurar dar o máximo de si para que ele consiga a vitória. Então eu acho importante a participação da torcida. Nós já tivemos grandes vitórias dentro de campo que eu acho que quem conseguiu foi a torcida... O time estava mal e a torcida se agiganta, começa a gritar... Torcer para mim é estar dentro do estádio e participar da partida. Eu acho que participo. Eu acho que muitas vezes a gente consegue uma vitória. Nós da torcida, na arquibancada. (...). Só pra quem está mesmo ali pra sentir o que é aquela vibração. Então, pra mim, torcer é participar da partida¹²¹.

Papagaio, presidente da Império Alviverde, vê a prática do torcer como manifestação da paixão clubística, mas também como uma oportunidade de sociabilidade e da criação de laços afetivos com demais torcedores, através da identidade que possuem em comum. “Hoje, para mim, (torcer) é fazer parte de uma grande família. A gente conhece um monte de torcedores, convive com eles direto, é uma família realmente. O carinho que você tem pelos amigos de torcida é muito grande, como fizessem parte da sua vida, e o Coritiba é a nossa grande família”¹²². Krüger também utiliza as relações familiares para simbolizar a identificação futebolística que o torcedor mantém com o clube através da paixão. “O torcedor adota o clube como integrante da família dele, como uma mulher, como um filho, o

¹²¹ Entrevista de Luiz Stellfeld, pesquisa de campo, 14 set. 2005.

¹²² Entrevista de Luiz Fernando Corrêa, pesquisa de campo, 04 nov. 2005.

filho mais velho, o filho mais moço com que ele se preocupa e briga com o filho. A família dele é o clube. É essa paixão”¹²³.

A prática social do futebol, especificamente o torcer, tem a capacidade de influenciar a prática social cotidiana dos atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol. No caso de Paulo Krauss, a paixão pelo Coritiba foi determinante na escolha de seu local de moradia. O jornalista e sua esposa não cogitam em morar em outro local que não as proximidades do Estádio Couto Pereira. Neste e em outros casos, as relações não-materiais do espaço de representação do futebol do Coritiba apresentam conseqüências na configuração material do espaço da cidade.

Sou torcedor. Vou em todos os jogos. Moro ao lado do estádio. Eu moro a 50 metros. Eu escolhi um apartamento lá, justamente, por ir em todos os jogos. Eu comprei, justamente, porque a minha principal atividade de lazer é ir ao jogo. Tanto minha como da minha esposa. Ela também adora o Coritiba e adora ir ao estádio. Então antes de casarmos, quando nós fomos escolher um apartamento e escolhemos esse em frente, ao lado do estádio porque nós vamos juntos a todos os jogos. É a 50 metros de casa. A gente está olhando um na esquina para ficar a 10 metros. É que o nosso é pequeno e ano que vem nós vamos trocar e a gente quer um... A gente falou que não sai de mais de 200 metros dali¹²⁴.

A distinção de torcedores comuns e organizados é a classificação mais óbvia destas formas de torcer. A torcida organizada pressupõe em um torcer institucionalizado, no qual o torcedor além de defender o clube, defende a própria torcida organizada que faz parte. No discurso de Papagaio é possível enxergar uma valorização da torcida organizada no torcer ritual, ou seja, nos jogos.

A diferença de você fazer parte da torcida organizada é que você faz parte de algo muito maior. Você tem mais organização. Por exemplo, faz excursão, gritos de torcida pra você movimentar mesmo o estádio. Então você pega um jogo com 30 mil pessoas e você está comandando o que está acontecendo ali porque você puxa o grito e o estádio inteiro vai com você. Fazer parte de uma torcida organizada, no caso da Império, é você conseguir fazer com que toda a torcida do Coritiba esteja ali junto com você, cantando as mesmas músicas em prol do Coritiba¹²⁵.

Luizão não acredita em distinção de sentimento entre torcedores comuns e dos membros da torcida organizada. Para ele a paixão é sempre a mesma. “Em todo mundo, acho que o sentimento, a paixão é a mesma pelo clube. Eu conheço muita gente, (...), muitos não são da torcida (organizada), o pessoal das cadeiras, mas a

¹²³ Entrevista de Dirceu Krüger, pesquisa de campo, 27 out. 2005.

¹²⁴ Entrevista de Paulo Krauss, pesquisa de campo, 29 ago. 2005.

¹²⁵ Entrevista de Luiz Fernando Corrêa, pesquisa de campo, 04 nov. 2005.

paixão é a mesma de todo mundo”¹²⁶. A diferença é que a torcida organizada faz de sua prática social do torcer algo rico em artefatos simbólicos (bandeiras, faixas, uniforme, etc.) e padronizado (músicas, coreografias, gritos, etc.). No discurso de Paulo Krauss observa-se também que ele distingue a torcida organizada dos torcedores comuns apenas pelos artefatos e pela padronização, sendo o sentimento e a sua manifestação algo comum a todos os torcedores, pois o futebol é capaz de nivelar as pessoas culturalmente em sua prática social. “O futebol nivela as pessoas culturalmente. Não adianta. O futebol é uma coisa que mexe muito com o emocional. Não adianta achar que porque o cara paga 70, 100 reais para ir em uma cadeira especial, que ele vai ter um comportamento mais educado do que quem está pagando vintão lá na geral”¹²⁷.

Mesmo dentro das torcidas organizadas há uma variação de significação do que é torcer, do que é defender o clube. Luizão faz uma leitura destas diferentes formas que as torcidas organizadas tomaram para manifestar-se. As re-significações alteram as relações simbólicas do espaço de representação do futebol de Curitiba, pois implicam em novas relações de poder. Além disso, influenciam na configuração espacial do entorno do estádio, pois criam ou combatem focos de violência nestas localidades.

Torcida organizada, no começo, era um grupo de amigos. Daí elas foram se profissionalizando... Teve uma época imbecil das torcidas organizadas. (...). Achavam que mais do que você estar na arquibancada, você ganhava fora do estádio. Eu vou chamar de uma época imbecil da torcida organizada que eles não se preparavam simplesmente pra torcer. E depois o tempo passou. O próprio policiamento... houve reuniões com o comando da polícia e graças a Deus a gente conseguiu diminuir muito o índice de problema no estádio, principalmente... E a idéia da torcida organizada... Ao invés do pessoal se preparar para ir para uma guerra, a gente tentava conscientizar o pessoal para que evitasse o máximo possível de problema. Existe ainda alguns focos isolados, mas eu considero mais problema de bairro – o pessoal da juventude, que infelizmente está meio desnorreado – e que acabam vinculando em dia de jogo com a torcida. (...). Na torcida organizada, hoje, a consciência é outra. Elas se profissionalizaram, têm sede, têm responsabilidade com a polícia militar. Então, acho que a torcida, hoje, pensa diferente¹²⁸.

Papagaio concorda com Luizão sobre a conscientização das torcidas organizadas de seu papel quanto ao torcer e ao combate da violência. “Esse é o trabalho das torcidas – não só da Império – que estão mais conscientes do que

¹²⁶ Entrevista de Luiz Stallfeld, pesquisa de campo, 14 set. 2005.

¹²⁷ Entrevista de Paulo Krauss, pesquisa de campo, 29 ago. 2005.

¹²⁸ Entrevista de Luiz Stallfeld, pesquisa de campo, 14 set. 2005.

alguns anos atrás”¹²⁹. No entanto, mesmo com o discurso e com atitudes de conscientização – reuniões com a polícia, publicações de manifestos, etc. – a imagem das torcidas organizadas é constantemente arranhada por episódios violentos envolvendo membros da torcida ou pessoas trajadas com o uniforme das organizadas. Tanto para Luizão quanto para Papagaio, o problema não é ligado a direção da torcida, mas a desentendimentos já existentes e gerados nos “bairros” ou “vilas”. Com esse discurso, procuram limitar a territorialidade das torcidas organizadas para o entorno dos estádios, dizendo ser restrito espacialmente o poder de controle dos atos violentos pelas diretorias. Estes acontecimentos são desvinculados dos estádios e o futebol não é visto como catalisador da violência. O deslocamento dos problemas para os bairros e vilas procura isentar de qualquer responsabilidade as diretorias das torcidas organizadas.

Paulo Krauss chama atenção para uma violência verbal que simboliza a falta de consistência no discurso dos diretores das torcidas organizadas. O jornalista, que simpatiza com tais instituições, acredita que os xingamentos, sobretudo, à polícia geram um ambiente de hostilidade, potencializando a violência.

Eu gosto de torcida organizada. Eu acho que ela não deve acabar. Eu acho que ela é a beleza do estádio. Agora, a violência está escapando um pouco do controle. Eu acho errado todas as torcidas cantarem antes do jogo: ‘E ninguém vai me segurar! Nem a PM, nem a Civil e a Federal que vai pra puta que o pariu!’. Isso eu acho de uma estupidez. Eu acho que o fato da torcida cantar isso mostra que os dirigentes das torcidas organizadas não vêm com seriedade essa coisa de conter a violência. A torcida sempre tem reunião com a PM. Aqueles caras da torcida... Aquele discursinho vazio. Aí chega no campo o cara começa a xingar quem? O cara começa a xingar o cara que está lá pra proteger ele. Por mais que a nossa polícia tenha problemas, é com quem você conta na hora que você tem problema. (...). Então você já começa em um ambiente de provocação(...). Lógico que a polícia está só esperando qualquer coisinha pra descer o cacete. Essa acho que é a essência da coisa. A primeira coisa que o presidente de torcida organizada tem que fazer é acabar com essa espécie de câncer, porque ele gera violência. Ele provoca. Ele provoca quem está ali pra proteger¹³⁰.

A música a que Paulo Krauss se refere, inclusive, está no *site* da própria Império Alviverde.

Ir até o inferno

Ir até o inferno
Atentar o satanás
Proeza como essa
Só a Império é capaz

¹²⁹ Entrevista de Luiz Fernando Corrêa, pesquisa de campo, 04 nov. 2005.

¹³⁰ Entrevista de Paulo Krauss, pesquisa de campo, 29 ago. 2005.

Comer a carne do diabo
 Perguntar se tem mais
 E o capeta respondeu
 Nunca mais! Nunca mais!
 Soou, sou da Império eu soou!
 Vou dá porrada eu vou!
 E ninguém vai segurar!
 Nem a PM!
 Nem a civil!
 A Federal vá pra puta que o pariu!
 Eu sou da Império!
 Vim pra matar!
 Eu sou da Império o terror do Paraná!
 Eô eô, a Império é o terror!

Fonte: Site oficial da torcida organizada Império Alviverde

No entanto, o presidente da Império Alviverde, Papagaio, acredita que a polícia¹³¹ dificulta o diálogo com as torcidas organizadas. Ele acusa a polícia de não dar continuidade nos trabalhos erradicação da violência e de não cumprir com o que combina. Mesmo assim acredita que as reuniões entre os líderes de torcidas e policiais são importantes.

Nós temos um problema sério com a polícia já de alguns anos. Até este ano, não está tendo reunião nos clássicos. E é importante a reunião porque ali você define estratégias, define horários, você passa algum problema que possa acontecer no dia do jogo. A polícia vai lá, fala um negócio, no dia do jogo é outro. A polícia hoje está devendo a maior integração com as torcidas¹³².

Além disso, Papagaio diz que a polícia é despreparada para atuar nos jogos e que a violência costuma partir dela. “Na verdade, hoje, quem usa de mais violência é a polícia. Quando dá algum problema, é tiro de borracha, muita gente ferida. (...). Às vezes a polícia age com truculência. Você vai conversar com o policia e ele já quer te bater, quer te dar tiro, quer te pender. O diálogo está meio difícil”¹³³.

Hidalgo não vê mudanças na afetividade do torcedor, mas sim em algumas manifestações destes, que acabaram limitando a presença das próprias torcidas em algumas partidas – sobretudo clássicos.

O torcedor tem a mesma ligação. Claro que hoje existe bandalheiras, que na nossa época não tinha. (...). O Atletiba, no Couto Pereira, dividia o estádio. Hoje fica confinada uma torcida em um canto. Quando vai jogar lá na Arena também, a torcida do Coritiba não tem chance pra ver o jogo. Então tem

¹³¹ Geralmente, o policiamento dos jogos é feito com o efetivo da Polícia Militar do Paraná.

¹³² Entrevista de Luiz Fernando Corrêa, pesquisa de campo, 04 nov. 2005.

¹³³ Entrevista de Luiz Fernando Corrêa, pesquisa de campo, 04 nov. 2005.

muita coisa que mudou. Mas o torcedor é igual porque só sobrou o sentimento do torcedor nisso¹³⁴.

Hidalgo insere um aspecto fundamental na discussão sobre os torcedores, que é a rivalidade. A paixão clubística se acentua em se tratando de clássicos. No caso do Coritiba principalmente contra o Atlético e, em menor intensidade, contra o Paraná Clube. A rivalidade é um elemento fundamental da identidade futebolística, pois consolida a afirmação do torcer para um clube através da negação de seu par rival. Torcer para o Coritiba pressupõe torcer contra o Atlético. Isto fica claro nas palavras de Luizão. “Eu falo pra todo mundo: ‘eu torço pra dois times na vida: o Coritiba e aquele que joga contra o Atlético’”¹³⁵. Esta torcida contra pode tomar uma dimensão igual do torcer a favor de seu clube. Paulo Krauss diz se irritar com as vitórias do Atlético, com as quais fica mais chateado do que com as derrotas do seu próprio clube. “Na verdade, eu fico mais chateado quando o Atlético ganha do que quando o Coritiba perde. Me irrita profundamente quando o Atlético ganha”¹³⁶.

Desta forma, o Atletiba torna-se o momento máximo da manifestação da identidade futebolística, pois é a possibilidade de, no mesmo jogo, ver o seu clube ganhar e o seu maior rival perder. O usufruto desta possibilidade concretizada se manifesta através de festas, gozações, brincadeiras, etc. que normalmente duram mais do que o deleite com vitórias em outros jogos. Porém, a exacerbação da festa de quem venceu e da frustração de quem perdeu pode acarretar problemas de violência. Para Papagaio é preciso ser inteligente quando se trata de rivalidade, discernindo a comemoração no estádio – como prática social do futebol – da prática social cotidiana. “Você pode ser rival, mas ser inteligente. Pode estar ali no campo, fazendo sua festa, mas acho que depois que você sair dali, você tem que voltar a ser o cidadão normal que você é e correr com a sua vida normalmente”¹³⁷.

O próprio torcer, como prática social do futebol, se constitui em identidade futebolística. Em outras palavras, cada torcida tem uma maneira de manifestar sua paixão pelo clube e isso é um elemento que a diferencia das demais. Assim, as diferenças não são apenas entre torcida organizada e torcedores comuns, mas sim entre torcidas de clubes diferentes. Paulo Krauss aponta para as diferentes características que possuem os coritibanos e os atleticanos na manifestação de seu sentimento por seus clubes, que, segundo ele, é o mesmo.

¹³⁴ Entrevista de José Hidalgo Neto, pesquisa de campo, 10 nov. 2005.

¹³⁵ Entrevista de Luiz Stellfeld, pesquisa de campo, 14 set. 2005.

¹³⁶ Entrevista de Paulo Krauss, pesquisa de campo, 29 ago. 2005.

¹³⁷ Entrevista de Luiz Fernando Corrêa, pesquisa de campo, 04 nov. 2005.

Cada torcida tem umas características diferentes. A torcida do Coritiba é diferente. Ela é mais quieta. Ela não é tão entusiástica como outras. Você percebe que a do Atlético é mais entusiasmada que a do Coxa. Não que torça mais pelo time, goste mais do time do que a do Coxa. Gosta na mesma proporção. Tanto é que elas só fazem tudo isso por conta disso. Eu torço sempre pelo Coxa e sempre digo 'primeiro eu quero ver o Atlético perder para depois ver o Coritiba ganhar'. Então é assim. Um não existiria sem o outro, sem dúvida. Mas existem características diferentes. A torcida do Atlético é diferente. A gente até olha e admira até. Provavelmente eles fazem uma festa mais empolgada. Cansei de brincar com a torcida do Coxa, com meus amigos... Somente nessa área da Mauá, o pessoal mais quieto, é o pessoal mais antigo, que não é da torcida organizada, se sai lá uma vibração e começa a gritar, é gritar três vezes e parar. Sempre. Nunca passa de três. Eu até brinco: 'opa! Pára, pára! Porque se não dá azar!'. Sabe por que? É tradicional isso. É engraçado. É o perfil do torcedor de cada time mesmo. Mas ele não é menos apaixonado pelo seu time do que o outro, mas é o jeito mesmo¹³⁸.

No entanto, o Atletiba não é apenas um momento com um grande valor simbólico apenas para os torcedores. Os profissionais também o encaram como diferente, sobretudo, aqueles que mantêm uma identidade clubística. Este jogo é capaz de consagrar ou execrar jogadores, devido sua importância e visibilidade. Os especialistas também o encaram como especial, realizando coberturas especiais sobre o fato futebolístico (a partida em si) e da prática social do futebol dos profissionais (preparação, bastidores) e dos torcedores. Pachequinho, que já disputou Atletibas tanto pelo Coritiba quanto pelo Atlético, acredita que este é um jogo de grande importância simbólica.

É um jogo que envolve muita coisa: a torcida, a imprensa, na cidade já se comenta, os jogadores já começam a sentir o clima do Atletiba antes – na semana. Então é um jogo diferenciado. Um jogo de entrega. Consagra. É um jogo que todo mundo gosta de jogar. À noite, para dormir, pensando no jogo que você vai fazer. Porque é um jogo diferente. Acho que todos os clássicos nessas condições se tornam um jogo especial. Nos Atletibas, eu tive, se não me engano, uma grande vantagem, consegui não só fazer gols, mas conquistar grandes vitórias¹³⁹.

O fato de a rivalidade ser antiga ajuda consolidá-la. O pouco tempo de existência do Paraná Clube e a inconsistência de resultados dos clubes que o originaram, com exceção do Ferroviário, impediram o surgimento de uma rivalidade tão intensa. Fedato atribui o surgimento e consolidação da rivalidade entre Coritiba e Atlético pela disputa da hegemonia esportiva em Curitiba, bem como para angariar mais torcedores. “Eu acho que a explicação é por força da força esportiva. Os dois

¹³⁸ Entrevista de Paulo Krauss, pesquisa de campo, 29 ago. 2005.

¹³⁹ Entrevista de Eriélton Carlos Pacheco, pesquisa de campo, 26 out. 2005.

se consideravam os melhores. (...). E não aceitavam perder para o adversário. O Coritiba não aceitava perder para o Atlético, assim como o Atlético não aceitava perder para o Coritiba. Então a rivalidade era muito grande para conseguir a supremacia da torcida”¹⁴⁰. Para o antigo zagueiro do Coritiba, a rivalidade era maior do que hoje, podendo o encontro entre torcedores rivais provocar atos violentos. A realidade apresentada por ele se assemelha muito com a atual e a maior intensidade atribuída à rivalidade de antigamente está ligada a uma valorização do passado, presente no discurso de Fedatto, e ao fato de que há muito tempo ele se afastou de suas funções de profissional do futebol.

A rivalidade eu acho que era muito maior do que é hoje. Mas era muito maior. Não tinha limites a rivalidade entre Coritiba e Atlético e as raivas. Inimaginável. Não dava pra você pensar o que podiam fazer torcedores do Atlético quando enfrentavam torcedores do Coritiba na Rua XV de Novembro, na Boca Maldita, na Praça Osório. Era uma briga encima da outra¹⁴¹.

Papagaio acredita que a rivalidade é benéfica na medida em que não permite que um dos clubes se estagne. Para ele os clubes sempre se esforçarão ao máximo para superar o seu rival. O fato de precisar conquistar o “território” é apresentado como algo positivo. Esta delimitação feita por Papagaio demonstra as diferentes territorialidades que possuem os clubes. No caso do Athletico, a disputa seria pela conquista e a conservação das territorialidades mantidas no Paraná, mas sobretudo em Curitiba.

Eu acho que quando é só você em um determinado lugar, você meio que vai dar uma estagnada. Se você é dono do território, você não tem um objetivo de crescer mais, de procurar mais, de fazer um papel melhor dentro do campeonato. Com esse negócio de rivalidade, você nunca quer seu time atrás do outro. Você vai estar sempre fazendo o máximo pra que o seu time esteja melhor na tabela, que lute em um campeonato, fazer parte de alguma competição importante¹⁴².

A rivalidade como competição dos dois clubes pode ser transportada para diversas dimensões, não apenas a esportiva. Na dimensão administrativa e organizacional esta competição é explicitada no discurso do presidente do Coritiba Giovanni Gionédís. Quando perguntado se “a transformação do Coritiba teria sido fruto da chamada inveja positiva (do Atlético)”, Gionédís respondeu:

¹⁴⁰ Entrevista de Aroldo Fedatto, pesquisa de campo, 30 ago. 2005.

¹⁴¹ Entrevista de Aroldo Fedatto, pesquisa de campo, 30 ago. 2005.

¹⁴² Entrevista de Luiz Fernando Corrêa, pesquisa de campo, 04 nov. 2005.

Eu acho que não é questão de inveja positiva. Eu acho que é uma competição entre os dois maiores clubes do Paraná. Uma rivalidade muito grande, onde quando um vai bem o outro tem que se esforçar. Então, quando o Atlético está indo bem, o Coritiba forçosamente tem de ir bem. É o que as torcidas cobram. Agora, o Atlético saiu na frente num planejamento de futuro. Eu diria até que o Atlético estaria 6 anos na frente do Coritiba. Quando o Petraglia assumiu, derrubou um estádio e começou do zero. O Coritiba ficou estagnado e foi pensar nisso só depois. Então, o Atlético está um passo na frente do Coritiba, que agora tem de correr muito mais para alcançar¹⁴³.

Gionédís adota um discurso parecido com o do grupo do Atlético liderado por Mário Celso Petraglia, pautado no profissionalismo na administração clubística, investimento em patrimônio e na criação de uma base financeira sólida para a montagem de equipes de futebol competitivas. Gionédís começou a botar em prática o que chama de “planejamento de futuro”, no seu primeiro mandato, em 2002, sete anos após o projeto de modernização do rival. O presidente do Coritiba reconhece que o clube está atrás do Atlético na questão administrativa, o que acaba acarretando em um perda de territorialidades para o rival. No entanto, Gionédís se anima ao demonstrar seus feitos no campo administrativo e prevê o final desta diferença brevemente.

O Coritiba tem evoluído muito nestes últimos quatro anos. Estamos revitalizando todo o nosso patrimônio. Estamos, aos poucos, sempre conquistando um pouquinho mais, dentro de um orçamento realista, dentro de uma coisa feita com lógica, com metodologia. Considerando o clube como se fosse uma empresa, com transparência, com publicação de balanço. Isso é uma questão de evolução. Eu diria que logo, logo, não haverá mais diferença¹⁴⁴.

Aladim também enxerga da mesma maneira a situação do Coritiba em relação ao Atlético Paranaense. Concorda com Gionédís quanto as melhorias que sua administração propiciou, mas em seu discurso transparece uma certa indignação do Coritiba estar atrás do Atlético neste aspecto. A indignação decorre da identificação do ex-jogador com o clube e do fato de que tenha jogado na melhor época do Coritiba, quando era esportiva e administrativamente superior ao rival. “O Coritiba está bem. Administrativamente, melhorou bastante. O Gionédís, o presidente, tem cabeça e os outros que acompanham também. Só que está dez anos,

¹⁴³ Site www.futebolpr.com.br

¹⁴⁴ Site www.futebolpr.com.br

administrativamente atrás do Atlético. Não sei por que cargas d'águas está. No campo até se equipara, mas na administração o Atlético está bem na frente"¹⁴⁵.

Vinicius Coelho contextualiza esta disputa administrativa em um momento em que os clubes paranaenses precisaram se adequar a uma nova realidade conseqüente das mudanças ocorridas nas relações futebolísticas e do próprio país. Para o jornalista, o processo de modernização do Coritiba poderia ter acontecido já na década de 70 aproveitando a expansão de territorialidades no Paraná e no Brasil, conquistadas através dos títulos do Torneio do Povo e do Hexacampeonato Paranaense. Sobre a administração dos clubes de Curitiba, ele afirma:

Mudou. Mudou muito, principalmente, Coritiba e Atlético. O Coritiba, por exemplo, em 15 anos ganhou dez campeonatos mais ou menos, inclusive um Campeonato Brasileiro, Torneio do Povo – ninguém fala, mas é um campeonato muito mais difícil que o Campeonato Brasileiro, porque eram seis clubes de gabarito na época. E com isso, o Coritiba poderia ter subido muito mais, mas o Evangelino, que foi um grande campeão, falhou na parte administrativa. Falhou inclusive no patrimônio. Fez o estádio com grande auxílio daquelas promoções, que o Aryon Cornelsen fazia e possibilitaram construir o Couto Pereira. Mas o Coritiba poderia ter dado um salto muito mais alto se fosse organizado. Ele se desorganizou completamente. Ele veio terrivelmente até a chegada do Bayard Osna, que ficou dois anos. Ficou um ano e não foi bem no futebol, mas no ano seguinte ele armou um timaço e ele conseguiu fazer uns bingos lá no estádio – juntava 45, 60 mil pessoas. Aquele dinheiro serviu para ele conter as despesas, as dívidas do Coritiba, pagar as que tinham e organizar o Coritiba. Lamentavelmente, houve aquele episódio da eliminação do Coritiba do Campeonato Brasileiro. Ele aborreceu-se muito e acabou saindo, acabou saindo e até morrendo logo depois. (...). E chegou no Giovani (depois de 12 anos). O Giovani sem entender de futebol e às vezes ficam alguns dizendo que entende, não entende, entende, não entende... Temperamento forte... Mas o Coritiba hoje passou a ser uma empresa. O Coritiba está super organizado, mas super organizado. Chegou a ter 70 milhões de dívidas, hoje tem 20. E agora com o Timemania acaba. A dívida é só com o governo. De 2002 pra cá, até o ano de 2005, o Coritiba não deve um tostão para o governo. Todos os compromissos com os jogadores, de fundo de garantia, INSS. (...) Então o futebol está organizado. Melhorou o estádio, o gramado, a empresa encadeirou o estádio todo, vai fazer o terceiro anel. Está tudo contratado. Terceirizou tudo. Uma forma, que eu acho, brilhante para quem não tem recursos. São empresas que exploram o clube 15 anos e daqui a 15 anos retorna aquele patrimônio para o clube. E se organizou. E o Atlético também¹⁴⁶.

No discurso de Vinicius Coelho, é possível identificar mais dois outros tipos de relações políticas institucionais do Coritiba. A primeira é com empresas (cuja razão social não é o futebol). Estas empresas se tornaram fundamentais para os clubes, pois possibilitam a modernização do clube. É possível classificar estas empresas em três tipos fundamentais: as de serviço, as fornecedoras e as patrocinadoras. As

¹⁴⁵ Entrevista de Aladim Luciano, pesquisa de campo, 15 set. 2005.

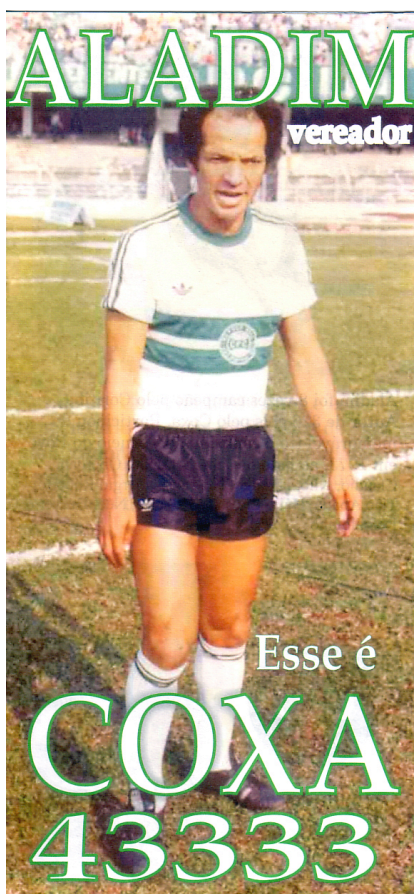
¹⁴⁶ Entrevista de Vinicius Coelho, pesquisa de campo, 01 dez. 2005.

primeiras abrangem as empresas que participam na citada melhoria patrimonial – através de parcerias –, as que prestam serviços terceirizados para o clube – como as lanchonetes do Couto Pereira, as de manutenção, entre outras – e as que concedem (ou concederam) empréstimos ao clube. As empresas fornecedoras são aquelas que provêm o clube com algum tipo de material. A relação do clube com as fornecedoras de materiais esportivos é muito importante, pois além do fornecimento, estas empresas adquirem os direitos de explorar a marca do clube (confecção e venda dos produtos) através de contratos que prevêm remunerações para o clube. O Coritiba tem um contrato em vigência (até março de 2006) com a fornecedora de materiais esportivos *Penalty* que acordava a criação de uma loja da marca no Couto Pereira – a Coxa Mania. Ao final do contrato com a *Penalty*, a fornecedora de materiais esportivos do clube passará a ser a *Diadora*, com contrato de duração de quatro anos. As empresas patrocinadoras também são fundamentais para o clube, pois trocam uma considerável quantia de dinheiro para estampar sua marca na camisa e nos produtos do clube. O Coritiba, atualmente, conta com apenas uma empresa patrocinadora, a Potencial Petróleo. A empresa participa de projetos de parceria com o clube e tem uma cota minoritária de patrocínio – tem seu nome estampado apenas nas mangas do uniforme do Coritiba. O Coritiba não renovou o contrato de patrocínio majoritário com a Claro. A empresa de telefonia estampava sua marca na parte da frente e nas costas do uniforme do clube.

O segundo tipo é com as instituições públicas – os governos e órgãos públicos nacionais, estaduais e municipais. Estas relações podem ser legais, através das obrigações que o clube possui com os diferentes governos, como o dever de cumprimento das leis, o pagamento de impostos, serviço de água, luz, etc. Podem ser cotidianas, como o policiamento em dias de jogos. Ou ainda, de influência, através da ligação do clube com políticos. As territorialidades destas relações do Coritiba também apresentam limitações em nível nacional e são mais efetivas em âmbito estadual e municipal. Na atual Câmara Municipal de Curitiba, há dois vereadores com forte ligação com o clube: Aladim e Luizão. Ambos atribuem participação fundamental desta identificação com o clube para seu sucesso nas eleições municipais. Para Aladim, o futebol contribuiu com a metade de seus votos e a outra metade ele atribui à freguesia de sua panificadora, que já tem há 21 anos. Segundo ele, a idéia de utilizar explicitamente a ligação com o clube não foi dele, mas sim do partido, que produziu santinhos com fotos de Aladim jogando pelo Coritiba. Os panfletos traziam ainda um breve histórico de Aladim como jogador e

como comerciante, símbolos do Coritiba e a frase “Esse é Coxa”, seguida do número do candidato (FIGURA 36). “O partido me deu uns panfletos – que eles falam santinhos – com as fotos minhas no Coritiba como jogador. Eu não tinha tido esta idéia, mas o presidente Melo Viana teve uma excelente idéia e fez isso pra mim e concordo, sou muito grato e me ajudou bastante”¹⁴⁷.

FIGURA 33 - SANTINHO DO ALADIM



Já Luizão atribui quase que exclusivamente ao Coritiba seu eleitorado. Para ele o fato de trabalhar na televisão como comentarista do programa Tribuna no Esporte foi um fator decisivo para sua popularização e identificação com o torcedor coxa-branca.

É uma exposição de mídia muito louca. Você fala ali para 80, 100 mil pessoas. Então, a sua exposição e o seu vínculo com a torcida – o meu que já era grande de 25 anos até então com a torcida... O pessoal ouvia falar, um ou outro, sobre o Luizão, mas era uma coisa da torcida e era aquele pessoal que freqüentava o estádio. E, a partir do momento em que você está ali na televisão, você passa a ser a voz do torcedor. Então, você está falando com todo esse público e você fala o que ele quer falar ou que ele quer escutar. Então você tem que cuidar com o que você fala ali, mas você

¹⁴⁷ Entrevista de Aladim Luciano, pesquisa de campo, 15 set. 2005.

acaba sendo essa voz. O pessoal cria um vínculo com você, uma identidade muito grande. Quando acabava o jogo, o pessoal: ‘fale isso, fale aquilo. Veja isso, veja aquilo’. (...). Você acaba virando uma voz da torcida. Eu nunca me vi assim, desse estilo. Para mim o importante era o Coritiba. Foi agradável, foi bacana. Para mim foi um orgulho poder falar em nome da torcida do Coritiba, poder representar e acho que representei bem porque o pessoal, graças a Deus, colaborou com a minha eleição. Eu falo que o meu eleitorado é 80, 90% da torcida¹⁴⁸.

Luizão também utilizou explicitamente a ligação que possui com o Coritiba para se eleger vereador. No entanto, o fundador da Império Alviverde não se limitou a usar, em sua campanha, símbolos do Coritiba, como também dos seus rivais. Foram distribuídas tabelas do Campeonato Brasileiro de cada um dos três clubes de Curitiba. No dia da eleição, foram jogados na frente dos locais de votação santinhos que nem sequer continham a foto de Luizão, mas o distintivo do Coritiba, o número e o nome do candidato. Para Luizão, esta estratégia surtiu efeito, pois o símbolo do Coritiba se destacava em meio aos outros santinhos e devido a sua identificação com o clube, os eleitores imediatamente associavam o distintivo com Luizão.

Eu usei dos três. Coloquei a tabelinha do Campeonato Brasileiro, uma coisa que eu já tinha feito na outra vez. Fiz a do Coritiba, mas também a gente fez a tabela do Atlético e do Paraná Clube. Então eu usei o dos três. No dia da eleição, a gente, realmente, colocou um símbolo do Coritiba e jogou ele na frente dos colégios, nos locais de votação, porque com esse negócio da pessoa ter que votar no número, a pessoa acaba esquecendo. Como a nossa imagem é muito vinculada com o Coritiba, o pessoal chegava no local da votação, olhava o símbolo do Coritiba – já destacava – e falava ‘esse é do Luizão. Ah! O número...’. Muita gente falou que lembrou do número pegando na hora na frente. Por quê? Porque a nossa imagem é muito vinculada. Então a gente utilizou porque na hora que o pessoal chegava no local e olhava, sabia que era o nosso. A nossa imagem é muito vinculada... Nessa parte a gente utilizou essa imagem que a gente tem com o clube¹⁴⁹.

No discurso de Luizão se observa uma gratidão com a torcida do Coritiba e com o próprio clube. Ele se considera um representante da torcida do Coritiba na Câmara, apesar de ter consciência que o seu trabalho deve se estender pela cidade toda. “Eu me elegi como vereador da torcida do Coritiba. Aqui a gente representa o Coritiba, mas [também] a cidade em geral. Como vereador, você tem que trabalhar em um todo”¹⁵⁰. O vereador procura desenvolver projetos ligados ao esporte e ao Coritiba – como a Confraria Coritibana, a fim trazer os torcedores mais antigos para colaborar com o clube.

¹⁴⁸ Entrevista de Luiz Stellfeld, pesquisa de campo, 14 set. 2005.

¹⁴⁹ Entrevista de Luiz Stellfeld, pesquisa de campo, 14 set. 2005.

¹⁵⁰ Entrevista de Luiz Stellfeld, pesquisa de campo, 14 set. 2005.

No entanto, a rede sócio-espacial do Coritiba não se limita a relações com instituições futebolísticas fundamentais, empresas e instituições públicas. O clube também se relaciona com os outros clubes, não apenas através das federações e confederações, bem como através da rivalidade. Outro modo de relacionamento é o esportivo. O fato futebolístico exige um adversário para jogar contra o clube. Não necessariamente este adversário será rival do Coritiba. O adversário no fato futebolístico pode, inclusive, ser um parceiro do clube. A parceria entre dois clubes pode se configurar de diversas formas – empréstimos e transferências de jogadores facilitados, cessão de estrutura como estádio e centro de treinamento, entre outros. O Coritiba mantém parceria com o Icasa, do Estado do Ceará. Ela que prevê o intercâmbio de jogadores entre os clubes – atualmente o Coritiba tem quatro jogadores emprestados ao clube cearense.

O Coritiba participa também do Clube dos 13, uma instituição acessória importantíssima para a política institucional do clube, pois tem como missão “representar, coordenar, assistir e promover os clubes brasileiros, buscando soluções que dignifiquem o seu papel social, cultural, econômico e esportivo”¹⁵¹. Desta maneira, o Coritiba, através da instituição, assume um papel de liderança perante os clubes brasileiros e participa diretamente nas decisões da política institucional clubística brasileira.

No entanto, mesmo dentro do Clube dos 13 – “união dos grandes clubes brasileiros” – as relações de poder promovem desigualdades dentre seus membros. Os votos dos clubes possuem pesos diferentes. Além disso, a distribuição das cotas de televisão é desigual, podendo variar cerca de 100% entre os clubes que ganham mais e os que menos recebem. O Coritiba se insere dentro do Grupo 4 – mesmo grupo do Atlético –, que reúne os clubes que recebem as menores cotas. Esta divisão está ligada às territorialidades de cada clube. Esta idéia das territorialidades está presente no discurso de Gionédis quando fala do que chama de “visibilidade”. Para ele, o Paraná só comportaria um clube, se este quisesse se equiparar em visibilidade com os “grandes times do futebol brasileiro” – Corinthians e Flamengo. No entanto, o presidente do Coritiba diz não gostar de discutir este assunto e que a rivalidade seria um empecilho para a “utópica” criação de um único clube paranaense.

¹⁵¹ Site do Clube dos 13.

Esta é uma discussão que eu não gostaria de entrar, por que passa a impressão de que se quer que algum clube caia, desapareça ou desequilibre. Na realidade, nós temos que considerar que tanto Coritiba, como Atlético e Paraná, não podem se equiparar a um Flamengo que tem torcida no país inteiro e futebol é merchandising, ou seja, alguém aposta num clube o que ele vai vender. Isto vai do patrocínio da camisa à cota de televisão. É o que se chama de visibilidade. Então, eu acho que um Flamengo tem muito mais visibilidade que um time daqui. E se a gente fizer a comparação com os grandes times do futebol brasileiro, Corinthians, Flamengo, eu diria que o Paraná só comportaria um clube forte, mas isso é utopia. Há uma rivalidade muito grande, e que venham três, quatro e vão prevalecer aqueles que tiverem sustentáculo de ficar na elite do futebol brasileiro. Porque o futebol brasileiro está caminhando para uma elite de apenas 20 clubes. E estes 20 clubes é que vão ser os grandes clubes do futebol brasileiro¹⁵².

Para Vinicius Coelho, o problema não é se Curitiba comporta três clubes ou não. Para ele, a questão é que a torcida do Paraná Clube não é tão atuante quando deveria. O jornalista diagnostica que a torcida paranista não possui a mesma afetividade com o clube do que os atleticanos e coritibanos. Vinicius Coelho também adverte sobre a falta de identificação da torcida do Paraná com o estádio Pinheirão, onde o clube vem mandando seus jogos.

Não é um problema de não comportar três clubes. Eu acho que o que falta, em termos destes três clubes, é que a torcida do Paraná não é muito chegada na campanha, como Coritiba e Atlético, por exemplo. O paranista, para ele ir ao jogo, para ele se entusiasmar, ver uma empolgação nele, uma ligação tão íntima como tem o torcedor do Coritiba e o torcedor do Atlético... Eles adotaram os seus clubes como uma paixão... violenta até... acima da média... acima do aceitável. Mas isso faz, inclusive, com que o comparecimento da torcida seja muito maior e logicamente que isso entusiasma mais ao torcedor que vai ao jogo e ao jogador que vai dar o espetáculo dele. Eu acho que comportaria três clubes perfeitamente, mas com o Paraná mais atuante, a torcida do Paraná mais atuante. Porque ela abandona muito fácil o clube. Se o Paraná perde duas, já dá 3.000 pessoas no Pinheirão... E essa bobagem de ter adotado o Pinheirão como estádio. O Pinheirão é o maior engano que houve na política administrativa do futebol do Paraná. Uma barbaridade. Um estádio com o gramado abaixo do nível do lençol freático. Cada chuva, o negócio lá vira tudo um sorgo. É uma coisa horrível. Os jogadores torcem o pé, torcem o joelho, torcem tudo lá. Um dinheiro que não tem justificativa nenhuma. Lá o governo tinha que tomar conta e transformar em um estádio de atletismo. Acabar com o futebol ali¹⁵³.

O discurso de Vinicius Coelho atribui um grande valor simbólico aos estádios e, por conseqüência, aos demais espaços do futebol. Além de argumentar ser o Pinheirão um péssimo estádio tecnicamente, Vinicius Coelho também acredita que o Paraná deveria retornar à Vila Capanema. Para o jornalista, jogar e torcer em seu próprio estádio – em casa – agrega valor simbólico na prática social e no fato

¹⁵² Site www.futebolpr.com.br

¹⁵³ Entrevista de Vinicius Coelho, pesquisa de campo, 01 dez. 2005.

futebolístico. “O torcedor, no estádio dele, dá uma motivação muito maior do que em outro estádio. É o principal pro jogador, jogar no estádio dele. Porque ele sabe que ele tem ali a torcida encima dele, incentivando, estimulando, tudo. Então é a importância do incentivo”¹⁵⁴. Sendo assim, o investimento em estrutura e patrimônio se faz fundamental, pois além do valor esportivo – uma boa estrutura contribui para resultados – tem a capacidade de agregar valor simbólico.

O investimento em patrimônio faz parte da política do Coritiba na gestão de Giovani Gionédís. O dirigente realizou reformas no Couto Pereira e investiu no CT da Graciosa. Para ele, o investimento em patrimônio e na saúde financeira do clube é fundamental para a solidificação do Coritiba. Gionédís acredita que o sucesso do futebol está ligado com a estruturação do resto do clube, utilizando uma metáfora de que o futebol é apenas o telhado de um prédio e que necessita de base sólida para sustentá-lo. Quando fala da dívida, Gionédís aposta no Timemania, uma política do governo federal de abatimento da dívida dos clubes através do dinheiro recebido de uma loteria federal. Assim, se pode perceber que as relações com as instituições públicas são decisivas nas definições das políticas internas dos clubes.

... E nesse quatro anos, procuramos consolidar o Coritiba para o futuro, ou seja, nós entendemos que o futebol é o telhado de um prédio. Para se chegar a esse prédio tem que se ter fundações sólidas, tem que se ter uma base sólida, paredes sólidas para daí você colocar o telhado e ele esteja sujeito a vendavais e ele esteja sujeito a ter intempéries de qualquer espécie. Fizemos um projeto de dez anos para o Coritiba. Na realidade nós não projetamos o Coritiba para dois anos porque você não faz um saneamento financeiro em um ou dois anos. Pagamos até dezembro deste ano algo em torno de 14 milhões deixando uma dívida para o Coritiba – ainda existe uma dívida do Coritiba – algo em torno de 27 milhões de reais. (...). Agora, a prioridade nossa – e eu há quatro meses falava isso no Conselho – é, em 2006, seguir com o futebol. Porque hoje, mesmo com essa dívida de 27 (milhões) – que é composta, destes 27 (milhões), 10 (milhões) de tributos que a gente está esperando a Timemania, que provavelmente é um projeto que vai sanear essa parte tributária sem ter que se colocar dinheiro do orçamento, ou seja, vem um dinheiro novo já revisto abril desse ano. Em 2007, nós temos algo em torno de 7.800.000, que são dívidas de ex-conselheiros ou de conselheiros que quiseram emprestar esse dinheiro ao clube e quem têm a receber¹⁵⁵.

Papagaio concorda com as diretrizes do presidente Gionédís. Apesar de ser um representante da torcida do Coritiba, cuja relação com o clube é sobretudo passional, Papagaio apresenta, em seu discurso, uma visão racional sobre a situação do clube.

¹⁵⁴ Entrevista de Vinicius Coelho, pesquisa de campo, 01 dez. 2005.

¹⁵⁵ Entrevista de Giovani Gionédís, Rádio Transamérica Pop (100,3 MHz), 02 dez. 2005.

Quando ele pegou, a situação do Coritiba era caótica e ele conseguiu ajustar as finanças do clube. Em relação aos jogadores, a gente entende que ele tem um planejamento de primeiro sanear as dívidas para depois começar a montar um clube no futebol. Hoje qualquer jogador é 50 mil, 60 mil. Então é difícil manter um plantel desses hoje em dia e ainda revelar jogadores e ainda pagar as dívidas, é bem complicado. Por isso a gente sempre tem dado apoio para o Giovani e quando a gente acha que aconteceu alguma coisa errada, a gente vai lá e fala com ele: 'Ó presidente, a gente acha que deveria ser diferente'. E às vezes ele dá razão, às vezes ele tem os motivos dele, mas é sempre uma parceria, está sempre conversando¹⁵⁶.

Observa-se também, que a postura do presidente da Império Aliverde está ligada ao diálogo que tem com Giovani Gionédís. “Desde que eu assumi a torcida, a gente sempre procurou trabalhar junto com o clube”¹⁵⁷. Mesmo assim, no discurso de Papagaio transparece uma discordância com o presidente do Coritiba em sua política em relação ao futebol: quando diz que “entende” que Gionédís prioriza o saneamento das dívidas; quando fala que “quando a gente acha que aconteceu alguma coisa errada, a gente vai lá e fala com ele”; e quando afirma que “ele tem os motivos dele”. Indiretamente, Papagaio protesta quanto aos resultados dentro de campo que o Coritiba conseguiu no último Campeonato Brasileiro, quando foi rebaixado (quando as entrevistas foram realizadas, o Coritiba ainda não havia sido rebaixado, mas estava em vias de).

Gionédís assume explicitamente em seu discurso que priorizou o investimento em estrutura e o pagamento das dívidas do Coritiba em detrimento ao futebol. O presidente do clube explica porque preferiu pagar as dívidas a contratar jogadores e montar uma equipe mais competitiva para o Campeonato Brasileiro.

Na realidade, você ou é responsável ou não é responsável. Eu acho que esse foi um ato de responsabilidade de toda a diretoria. Nós vendemos o Rafinha que foi um bom dinheiro, um dinheiro que deu condições do Coritiba poder liquidar essa dívida do Bradesco. Nós ficamos em uma encruzilhada. Ou liquidávamos a dívida do Bradesco... Porque o processo do Bradesco era um processo muito antigo, um processo de quatro anos onde a administração fez um acordo com o Bradesco consolidando a dívida, mas com uma prestação incalculável, difícil de cumprir, uma prestação de quase 200 mil por mês. E aí essa dívida avolumou e ao fazer esse acordo eles abriram mão inclusive dos embargos do devedor, que é a defesa de quem está devendo. Então a discussão do Bradesco, para ir para leilão, estava só quanto a avaliação do CT. Nós estávamos segurando essa penhora, essa avaliação, esse leilão há quase dois anos através de medidas judiciais e eu não tenho dúvidas que até abril do ano que vem o CT iria para leilão por 12 milhões de reais. Nós íamos acabar perdendo o CT e ficar devendo ao Bradesco algo em torno de 5 milhões. O CT não vale 12 milhões. Então foi uma decisão... Não adiantava eu pegar os 4.160.000 que foi pago a dívida do Bradesco, contratar quatro, cinco jogadores, criar uma ilusão ao torcedor e ir para uma Libertadores da América e no outro ano

¹⁵⁶ Entrevista de Luiz Fernando Corrêa, pesquisa de campo, 04 nov. 2005.

¹⁵⁷ Entrevista de Luiz Fernando Corrêa, pesquisa de campo, 04 nov. 2005.

decair o clube, porque não teria orçamento, perder o CT pro Bradesco. O Coritiba ficaria descamisado. Isso fazia parte desse saneamento, desse projeto. Agora também, nunca ninguém imaginou, qualquer um dos torcedores, que o Coritiba quando fez essa operação, que foi em agosto, tivessem qualquer risco de rebaixamento. O Coritiba estava, na época, com 46% de aproveitamento no campeonato. A queda do Coritiba, o declínio do Coritiba se deu no segundo turno. Então, você não pode... Se eu tivesse uma bola de cristal... Se eu pudesse prever que o Coritiba iria ter esse declínio técnico tão grande, é lógico que eu teria não pago a dívida do Bradesco, pago uma parte ou renegociado de outra forma... É que a negociação foi muito boa. Nós pagamos 12 milhões com 4 milhões. Ou fazia ou não fazia. Não tem meia coisa. ou faz ou não faz. O importante é o seguinte... A torcida e os conselheiros podem ter certeza: o Coritiba sólido é o Coritiba que vai ser campeão. Vai ter estrutura para ser campeão. Mesmo se cair para a segunda divisão. Nós temos condições, sabemos onde ir para formar um time. Porque quando um time é grande – o Coritiba é sólido – ele vai pra primeira divisão de volta. Esta aí o exemplo do Grêmio, esta aí o exemplo do Palmeiras, esta aí o exemplo do Botafogo. Quando o time cai sem estrutura, quando o time cai sem previsão, quando o time cai sem projeto, ele vai pra terceira divisão. Está aí o Vitória e está aí o Bahia. Então, nós temos muita consciência do que estamos fazendo. E temos certeza absoluta de que o Coritiba se acontecer essa desgraça de cair – que ninguém deseja – nós temos condição de colocá-lo na primeira divisão¹⁵⁸.

Com a queda para a Série B, o discurso de Gionédís alterou-se sensivelmente. Já no ano de 2006, em uma entrevista para o programa “Bom Dia Paraná”, da Rede Globo, afirmou que seu único plano para este ano era levar novamente o Coritiba para a Série A e que os projetos de investimento no patrimônio seriam suspensos. “O plano é um só: O retorno do Coritiba à primeira divisão. Todos os focos estão concentrados no futebol. Todos os projetos que tínhamos de fortalecimento do patrimônio do Coritiba vão ficar suspensos por enquanto – (...) – para que a gente possa colocar o clube de volta à Série A já em 2006”¹⁵⁹.

Como uma das medidas para a melhoria da estruturação do futebol do Coritiba, Gionédís convidou três profissionais com ligação com o clube para coordenar o trabalho do departamento de futebol. Um deles foi Hidalgo. O antigo capitão negou, em um primeiro momento (ainda em 2005), mas posteriormente aceitou o convite e hoje é assessor de futebol da presidência. Hidalgo, que já havia negado diversas propostas, acreditava que sua visão das relações profissionais não condizia com a realidade e que, desta maneira, não se adaptaria o que chama de “mercenarismo” no futebol. Além disso, Hidalgo teria dificuldade de deixar o seu trabalho no rádio.

Agora, Coritiba é uma coisa diferente. Não que eu não pensasse... Fui convidado por muitas outras vezes. Eu não me senti nunca com a

¹⁵⁸ Entrevista de Giovanni Gionédís.

¹⁵⁹ Site www.globo.com

segurança de voltar ao futebol pela razão que eu disse há bem pouco para você. Há uma distância do que eu era e de como eu via o futebol e de como eu vejo o futebol hoje. Eu não sei se eu me adaptaria em ver o mercenarismo no futebol do que o sentimento amadorístico. Acho que todo mundo tem que ter o seu valor, mas traduzir isto em uma responsabilidade voltada ao torcedor. Quando eu perdia um jogo, eu tinha vergonha de sair na rua. Tinha vergonha. Hoje o jogador perde, sai, toma de seis... A rua não tem nada a ver com isso. Eu não sou desse mundo. Acho que entrando nesse mundo, eu seria muito exigente para o futebol do momento. Em todo caso, eu fiquei muito contente. Foi simpática a presença da diretoria. Voltou duas vezes nesses últimos tempos... E não é porque está nesta situação. É que a gente vem com uma leitura diferente e o dirigente tem que entender a forma como será feito. É claro que você não pode dar a camisa pra qualquer um pra jogar e aí volta o efeito do antigo, de lá de trás... Mas uma coisa com certeza: a torcida ficaria muito mais feliz com a idéia da volta da vontade de jogar pelo clube. Com certeza isso voltaria, se eu estivesse no pedaço. É um assunto que está em pendência, mas sentiria muito, confesso a você, se eu deixasse esse lado que eu conquistei com muita luta, que é o lado da comunicação¹⁶⁰.

Aladim também enxerga uma mudança da relação com o jogador não apenas com o clube, mas também com a profissão. Para ele, os jogadores que recebem melhor remuneração jogam sem compromisso e falta vergonha na cara destes profissionais.

O gostar da bola era o principal. Hoje eu vejo aí... Os caras não têm muito amor pela profissão. Principalmente, os que ganham muito. Os que ganham muito acham que já estão no céu. Não estão nem aí. Ganhou, ganhou. Perdeu, perdeu. Empatou, empatou. Na nossa época, nós perdíamos no domingo e na segunda-feira não íamos nem no banco... De vergonha... Às vezes tinha jogado até bem, mas não ia nem no banco. Não dava a cara pra bater de vergonha. Não de medo, mas de vergonha. (...). Agora não. O cara perde e sai dando risada. (...). Na minha época, o cara ia pro cacete mesmo e a vergonha na cara era o fator principal¹⁶¹.

Naturalmente, Hidalgo e Aladim possuem suas principais referências de futebol de sua época de jogadores. Destas forma, tendem a valorizar o sentimento amadorístico – apesar de terem jogado numa época que o profissionalismo já estava consolidado, na década de 1970. Mesmo assim, as relações profissionais eram outras e o *ethos* do futebol como negócio ainda era incipiente. Já Pachequinho, que jogou em um época que este *ethos* futebolístico começava a ganhar força, assume outro discurso. Apesar de sua identificação com o Coritiba, o ex-atacante encara com naturalidade sua transferência para o Atlético depois de muitos anos no Coxa. Pachequinho justifica sua saída pelo lado profissional, o que, muitas vezes, o torcedor não aceita e encara como traição. “O torcedor não aceita. (...). O torcedor vê pela emoção. Mas por trás da gente tem uma família, tem toda uma estrutura que

¹⁶⁰ Entrevista de José Hidalgo Neto, pesquisa de campo, 10 nov. 2005.

¹⁶¹ Entrevista de Aladim Luciano, pesquisa de campo, 15 set. 2005.

você tem que preservar. Então, é o lado profissional que fala mais alto. (...). O torcedor se sente um pouco traído em algum aspecto, mas eles viram o lado profissional meu que é o que pesou”¹⁶².

No entanto, não apenas as relações profissionais do futebol sofreram modificações, mas a estética do jogo também. Paulo Krauss afirma que estas mudanças fazem parte do surgimento de um “futebol mais moderno, com ênfase na parte física do jogador, começou a haver essa negociação mais acentuada de jogadores”¹⁶³. Aponta também que o profissionalismo atingiu um nível até então não existente: “atualmente os jogadores são atletas profissionais. Naquela época eram semi-atletas”¹⁶⁴. No entanto, acredita que seja impossível comparar um futebol com o outro, pois tem características muito diferentes. “O futebol de hoje é diferente. Não tem como você comparar, ficar de saudosismo...”¹⁶⁵. O jornalista critica também um saudosismo presente com frequência no discurso dos mais antigos (profissionais, torcedores e especialistas) do futebol. Krüger também concorda que o futebol mudou muito e que este é um processo irreversível. “Às vezes eu falo com torcedores que nos viram, que foram da época mais atrás: ‘Puxa vida! Eu não vejo mais futebol. Eu estou vendo na televisão e é só pancada.’. Eu digo: ‘Olhe! Adapte-se a isso, que aquele você não verá mais. Esqueça”¹⁶⁶. O discurso de Krüger condiz com o cargo que ocupa no Coritiba e com sua trajetória no clube. Além de ser responsável pelas categorias de base – e assim ter que formar jogadores em sintonia com a nova realidade do futebol – Krüger foi técnico da equipe profissional do Coritiba por diversas vezes. Ele, inclusive, é o treinador que mais dirigiu o clube – mais de duzentas vezes. Fedatto, que também teve experiência como treinador do Coritiba, avalia a profissão de técnico como difícil: “Ser técnico de futebol é uma pedreira”¹⁶⁷. Pachequinho, que está começando na carreira, diz que é mais difícil ser treinador, pois é preciso impor sua filosofia de trabalho em um grupo com jogadores com personalidades diferentes. “Eu acho que ser técnico é um pouco mais difícil. Como jogador, você consegue administrar muito mais fácil a situação. Como treinador, você tem um grupo para comandar, você tem que lidar com várias

¹⁶² Entrevista de Eriélton Carlos Pacheco, pesquisa de campo, 26 out. 2005.

¹⁶³ Entrevista de Paulo Krauss, pesquisa de campo, 29 ago. 2005.

¹⁶⁴ Entrevista de Paulo Krauss, pesquisa de campo, 29 ago. 2005.

¹⁶⁵ Entrevista de Paulo Krauss, pesquisa de campo, 29 ago. 2005.

¹⁶⁶ Entrevista de Dirceu Krüger, pesquisa de campo, 27 out. 2005.

¹⁶⁷ Entrevista de Aroldo Fedatto, pesquisa de campo, 30 ago. 2005.

personalidades diferentes e você tem que colocar a sua forma, a sua filosofia de trabalho”¹⁶⁸.

Krüger concorda ser uma profissão difícil e acredita que para que um técnico se torne vencedor, ele tem que conseguir administrar com harmonia o seu plantel de jogadores. “O técnico vencedor é aquele que consegue uma harmonia no plantel. O técnico que consegue uma harmonia no plantel, fazer com que todos lutem para uma mesma causa, independente de ser titular ou não, esse é o vencedor”¹⁶⁹.

Apesar de ser o treinador que mais dirigiu o clube, Krüger nunca pensou em ser efetivamente técnico. O funcionário do clube, geralmente, trabalhava como auxiliar do treinador principal e só assumia o comando da equipe quando este saía ou era afastado. Criou-se, inclusive, um mito de que quando o Coritiba estava mal, Krüger deveria ser posto como treinador, pois costumava ganhar o primeiro jogo logo quando assumia. A razão para não querer seguir na carreira de treinador está no fato de que, inevitavelmente, um dia teria que deixar o Coritiba.

Evidentemente, que nunca eu me posicionei em querer ser o técnico efetivo. Porque eu tinha uma coisa na cabeça que eu não me sentiria bem saindo do Coritiba. Teve pessoas que disseram: ‘isso é um comodismo da sua parte’. Não. Eu não me via em outro lugar. Porque a partir do momento que você abraçar a carreira de técnico, você tem que se sujeitar a qualquer situação. Nada é eterno.¹⁷⁰

No discurso de Krüger fica evidente que a identidade que tem com o Coritiba e a vontade de permanecer no clube é maior do que sua ambição profissional. Desta forma, Krüger consegue manter a identidade, “o amor à camisa” tão valorizado pelos mais antigos do futebol e mesmo assim se adaptar a nova realidade do futebol, pautada pelo profissionalismo. Krüger diz ter muito orgulho do seu trabalho de tantos anos no Coritiba. “E, sinceramente, eu tenho muito orgulho por todo esse tempo que eu estou no Coritiba. Me sinto assim bastante feliz. Muito feliz. Eu às vezes não sei se eu estou indo pra casa ou se eu estou vindo pro clube. Esse aqui é o meu segundo lar. É o meu segundo lar”¹⁷¹.

No entanto, a identificação com o Coritiba não se preserva apenas naqueles que permanecem dentro do clube. Mesmo trinta anos após se aposentar como jogador e deixar o Coritiba, Hidalgo continua identificado com o clube. Para ele esta

¹⁶⁸ Entrevista de Eriélton Carlos Pacheco, pesquisa de campo, 26 out. 2005.

¹⁶⁹ Entrevista de Dirceu Krüger, pesquisa de campo, 27 out. 2005.

¹⁷⁰ Entrevista de Dirceu Krüger, pesquisa de campo, 27 out. 2005.

¹⁷¹ Entrevista de Dirceu Krüger, pesquisa de campo, 27 out. 2005.

identificação não atrapalha o seu trabalho como comentarista esportivo, porque ele o faz de forma profissional.

Não desmancha. Estou há trinta anos no rádio, hoje. 30 anos. Não desmancha. E não que eu fizesse força pra desmanchar. É claro que algumas pessoas não entenderam o lado profissional. Eu faço jogos da Seleção Brasileira, do Paraná, do Atlético. (...). Por mais que você faça, demonstre... Claro que uma grande parte já entende o Hidalgo como profissional – alguém vai dizer: ‘não, vou ouvir o Hidalgo porque o Hidalgo gosta do Coritiba e vai dizer a verdade do clube’. Eu sempre falei. Tem gente da torcida do Atlético que ouve o Hidalgo no Coritiba para ver se quando o time perde eu estou chorando ou não, se eu estou reclamando de alguma coisa. e tem torcedores do Atlético que gostam porque eles me vêem como um profissional analisando normalmente a partida, sem aquele sentimento clubístico. É uma mistura. Eu também não quis entrar muito nisso até porque no momento que eu entro para comentar o jogo, eu faço de uma forma profissional. Mas a minha identidade permanece¹⁷².

Hidalgo não é único comentarista esportivo de Curitiba que possui uma forte identificação com um clube da cidade. Em seu discurso se percebe uma preocupação de passar para o seu ouvinte que ele está sendo imparcial, mas mesmo assim alguns não vêem deste modo. O futebol mexe com os sentimentos dos torcedores. Os especialistas têm um papel importante na construção desta relação, pois, nas transmissões, intermediam a ligação entre torcedores e profissionais, através de seu discurso repleto de representações sociais. As representações sociais contidas nestes discursos são apropriadas pelos torcedores e processadas de acordo com seu saber e papel no espaço de representação do futebol. Para Papagaio, o discurso da mídia, muitas vezes é tendencioso, pois favorece o Atlético e desvaloriza o Coritiba.

Às vezes, algumas pessoas passam dos limites. Eu acho que eles são profissionais, então eles tinham que ter um pouquinho mais de profissionalismo na hora de escrever, na hora de falar. Você vê, às vezes, coisas muito tendenciosas. Eu vejo muito, por exemplo, quando o Coritiba ganha, um jornal da cidade aí: ‘não, pô, ganhou’. Quando é o Atlético: ‘não, é o campeão, é o furacão, é super não sei o que’. Isto é tendencioso. Eu vejo quando eles vão fazer uma edição de imagens, eles pegam a torcida do Coritiba em um jogo quando tem pouca gente, a hora que está quieta. No time rival, eles buscam uma decisão contra o São Caetano, quando estava legal e é sempre aquela imagem. Isto é ser tendencioso. Na hora de você fazer o seu trabalho, você estar puxando para um lado¹⁷³.

Já Gionédís não enxerga a imprensa como tendenciosa. Ele parte do pressuposto que o favorecimento de um ou outro clube existe porque os

¹⁷² Entrevista de José Hidalgo Neto, pesquisa de campo, 10 nov. 2005.

¹⁷³ Entrevista de Luiz Fernando Corrêa, pesquisa de campo, 04 nov. 2005.

especialistas naturalmente pendem para lado do clube que torcem. Mesmo assim, acredita que exista uma tendência em defender os interesses do futebol paranaense.

Isso existe em qualquer lugar do mundo, como tem a imprensa do Grêmio e a imprensa do Internacional, como tem a imprensa do Flamengo, a imprensa do Botafogo, do Fluminense, como tem a do São Paulo e a do Corinthians. Por que a imprensa é feita por pessoas, por homens que torcem pelos seus clubes e que sempre tendem para um lado. Agora, eu não acredito numa imprensa que vá contra os interesses do futebol paranaense. Eu acho que quando está em jogo o interesse do futebol do Paraná, a imprensa se une e está sempre defendendo o futebol do Paraná¹⁷⁴.

O discurso de Hidalgo é parecido com o de Gionédis. Ele acredita que os especialistas devam revelar para qual clube torcem, pois é de interesse do torcedor. O radialista afirma “fazer a defesa do território”, pois é de interesse dos clubes e dos atores sócio-espaciais do espaço de representação de Curitiba.

Eu não acredito no cara que trabalha, principalmente, no rádio e não torça pra ninguém. Até o torcedor gosta de saber e fala: ‘– eu vou ouvir o Hidalgo – o torcedor do Paraná – porque ele vai comentar mesmo. Ele vai falar se o time está bem ou se está mal, se tem que tirar o ponta de direita ou centro-avante’. Profissional. Mas todo mundo sabe: o Hidalgo é Coxa. E ninguém vai tirar isso. Mas gostam de ouvir quando eu faço o Paraná. E eu faço essa defesa no território. O que nós temos que olhar como homens de rádio, hoje: primeiro, pela exuberância do crescimento do nosso futebol em nível nacional – nós temos três equipes em uma mesma cidade, disputando o mesmo torneio, o que é difícil. Isso não tem no Brasil. Uma cidade como Curitiba tem três equipes disputando uma primeira divisão. Eu acho que isso daí é um privilégio para todos. Então você tem que fazer a defesa do território. Tem as brincadeiras aí: ‘Ah, Coxa, Atlético’. Essas brincadeiras de bar... Hoje, o cidadão de Curitiba levanta de manhã falando de futebol. Agora o time está mal, faz as brincadeiras... Mas nós temos o respeito às dificuldades e às necessidades. A gente envereda em um momento deste do Curitiba... Nós estamos acompanhando e não queremos perder o espaço. Depois a gente vai contestar o que houve de erro, mas primeiro vamos nos defender para não perder esse espaço, porque voltar depois... Prejuízo não só para o Curitiba, prejuízo para todos. Perder um espaço deste tão importante. Até porque o futebol vive hoje de vendas de cotas de televisão. Você não pode perder uma cota de televisão. Aí o torcedor mesmo vai ficar sem a qualidade no campo¹⁷⁵.

Em seu discurso, Capitão Hidalgo assume uma postura de defensor dos interesses do futebol paranaense, dos clubes, dos torcedores e dos próprios especialistas. Diz a queda do Curitiba ser um “prejuízo para todos”, inclusive à mídia local, pois perderia projeção sem o Curitiba na primeira divisão. Desta maneira, o fato futebolístico perderia qualidade esportiva e dificultaria o que Hidalgo acredita

¹⁷⁴ Site www.futebolpr.com.br

¹⁷⁵ Entrevista de José Hidalgo Neto, pesquisa de campo, 10 nov. 2005.

que é uma das funções dos especialistas: “promover” o futebol (curitibano, no caso). No entanto, ele acredita que promover não é mesmo que distorcer a realidade e que para que seja possível a promoção por parte dos especialistas há de existir argumentos para tal. “Isto é complexo. Promover sempre. Agora, para você promover, você tem que ter argumentos para promover. Você não pode mentir para o torcedor. (...). Não dá para você ficar se utilizando da comunicação para enveredar para um caminho, para esconder fatos em prejuízo a todos”¹⁷⁶. Vinicius Coelho também acredita que é necessário que mídia promova o futebol, pois se não estaria trabalhado contra a evolução do esporte. “Tem que promover. A mídia que não promove o esporte fica comprometida com o decréscimo de produção do esporte”¹⁷⁷.

No entanto, atrás do discurso da promoção do futebol pela mídia se esconde o fato de que as representações sociais criadas por ela tendem a abordar a realidade parcialmente. Desta forma, desenvolve-se uma mídia bairrista, o que pode ser extremamente positivo para promoção do futebol local e – segundo Vinicius Coelho – para o desenvolvimento esportivo, mas pode prejudicar a qualidade da informação. Como citado anteriormente, Gionédís atribui esta condição de bairrista a imprensa de todo o Brasil e do mundo. Esta característica é apontada por Aladim ao relatar um grande jogo entre Coritiba e Flamengo (semi-final do Campeonato Brasileiro de 1980). Segundo o ex-ponta esquerda, a imprensa carioca não valorizou a partida como valorizaria se fosse entre dois cariocas. “Nós vendemos caro a nossa derrota. No final do jogo: 4x3. Um jogo que se fosse Fla-Flu, se o Coritiba fosse o Fluminense, até hoje estariam falando na televisão. Mas não vão falar nunca do Coritiba... Falam mesmo quando eles são obrigados a falar”¹⁷⁸.

A valorização do futebol curitibano, por parte da mídia local, é uma maneira de se defender das programações vindas de fora, sobretudo de Rio de Janeiro e São Paulo. Segundo Hidalgo, a mídia paranaense é muito boa e reconhecida nacionalmente.

Hoje nós temos muitas programações de fora, para dentro de Curitiba. A nossa imprensa é muito boa. Se você der uma volta e fazer perguntar, lá por Porto Alegre, São Paulo, Rio, fatalmente, eles vão dizer ‘a imprensa de Curitiba é boa, porque lá tem o cara...’, Eles vão citar nomes. Porque nós estivemos lado a lado em todos os eventos, grandes eventos de rádio, eu sempre estive representando o estado. Então ela sempre esteve boa¹⁷⁹.

¹⁷⁶ Entrevista de José Hidalgo Neto, pesquisa de campo, 10 nov. 2005.

¹⁷⁷ Entrevista de Vinicius Coelho, pesquisa de campo, 01 dez. 2005.

¹⁷⁸ Entrevista de Aladim Luciano, pesquisa de campo, 15 set. 2005.

¹⁷⁹ Entrevista de José Hidalgo Neto, pesquisa de campo, 10 nov. 2005.

Vinicius Coelho não se entusiasma muito com a mídia paranaense. O jornalista, que possui vasta experiência fora do estado (no Rio de Janeiro), acredita que houve uma melhoria nos últimos anos e que os maiores problemas são decorrentes dos próprios veículos de comunicação que em determinada época desistiram de investir nas transmissões esportivas. “A mídia paranaense evoluiu bastante. Já foi bem pior. O grande problema da mídia paranaense, com as rádios principalmente, é que de repente as rádios resolveram não fazer mais futebol. Então vendem os horários. Agora, já houve uma pequena reação e algumas rádios estão voltando de novo”¹⁸⁰.

4.2 A Rede Sócio-Espacial do Coritiba Foot Ball Club

A partir das entrevistas realizadas com os atores sócio-espaciais do Coritiba, foi traçada uma rede sócio-espacial do clube (FIGURA 34), através da qual os atores e as instituições se relacionam no espaço de representação do futebol de Curitiba. Tais relações – já detalhadas anteriormente – produzem manifestações espaciais, tanto materiais quanto simbólicas. Parte-se da organização institucional do clube para se configurar esta rede. Para tal foi preciso analisar a estrutura organizacional do clube, bem como de que maneira sua política institucional influencia nos demais elementos do espaço de representação do futebol, como o fato futebolístico, a prática social do futebol, o poder e as manifestações destes elementos centrais.

Foi desenvolvido um diagrama demonstrando as diversas relações que o Coritiba mantém no espaço de representação do futebol. Representou-se neste diagrama não apenas as relações entre o Coritiba e as instituições, bem como entre o clube e os atores sócio-espaciais. No entanto, as diversas instituições e os atores sócio-espaciais também se relacionam entre si sem o intermédio do Coritiba.

As instituições foram divididas em: futebolísticas (fundamentais e acessórias); clubes (adversários, rivais, participantes do mercado de transferências e parceiros); públicas (municipais, estaduais e nacionais); e empresas (de serviço, patrocinadores e fornecedoras).

¹⁸⁰ Entrevista de Vinicius Coelho, pesquisa de campo, 01 dez. 2005.

FIGURA 34: REDE SÓCIO-ESPACIAL DO CORITIBA FOOT BALL CLUB



Os atores sócio-espaciais foram agrupados segundo a classificação que vem sendo utilizado no trabalho: profissionais (corpo atlético, corpo associativo, corpo administrativo, empresários e árbitros); torcedores (comuns e membros da torcida organizada); e especialistas (de televisão, rádio, mídia impressa e internet).

Esta rede sócio-espacial do Coritiba Foot Ball Club, representada no diagrama acima, contribui para a análise da estruturação do espaço de representação do futebol em Curitiba-PR, pois fornece as relações básicas entre um clube e demais instituições e atores sócio-espaciais. Além disso, faz parte, de modo fundamental, na construção deste espaço de representação do futebol.

Percebe-se de que maneira se dão as relações de poder dentro da política institucional do clube e demais instituições do futebol. Estas relações de poder são expressadas através dos discursos dos atores sócio-espaciais. Desta forma, as entrevistas forneceram rico material não somente para se traçar a rede sócio-espacial do Coritiba Foot Ball Club, mas também para compreender de que forma o poder é exercido nesta rede e manifestado através dos diferentes discursos – ora conflitantes ora concordantes. No entanto, o poder é exercido de maneira extremamente complexa dentro desta rede, o que dificulta sua descrição em casos específicos. Em outras palavras, através da rede sócio-espacial é possível identificar e apreender apenas as relações de poder mais gerais – o que não significa que estas são insuficientes para a compreensão de como se dá a construção do espaço de representação do futebol em Curitiba.

No entanto, a identificação das relações de poder dentro do universo reificado não são suficientes para apreender acerca de que maneira o poder circula dentro do espaço de representação do futebol de Curitiba. As relações cotidianas, do universo consensual, também se dão através do poder. As representações sociais que circulam neste universo estão extremamente articuladas com o universo reificado, pois além de serem formuladas a partir da apropriação deste no cotidiano, têm a capacidade de influenciar de maneira decisiva o reino da política institucional. Isto pode ocorrer de diversas maneiras. Por exemplo, as representações sociais formuladas pelos torcedores contra determinado profissional podem comprometer suas relações de poder dentro do clube e perante os próprios torcedores. Como consequência o trabalho deste profissional é comprometido: técnicos que não agradam os torcedores são demitidos (ou pedem sua demissão), jogadores que são vaiados tem maior dificuldade de se manter no clube, entre outras muitas situações. O fato futebolístico é fundamental nestas relações, ou seja, os torcedores e os

especialistas tendem a criar representações sociais favoráveis àqueles profissionais que desempenham bem sua função dentro de campo (trazem resultados) e, desfavoráveis àqueles que pouco produzirem no fato futebolístico.

As representações sociais também são apropriadas pelos atores sócio-espaciais que participam do universo reificado do futebol. No interior deste também são produzidas representações sociais, manifestadas nos discursos. Naturalmente, as representações sociais são mais fortes entre os torcedores, mas o espaço de representação do futebol em Curitiba tem como característica esta íntima articulação entre os dois universos. Os profissionais e especialistas também demonstram em sua prática social do futebol identidades futebolísticas e afetividades. Desta maneira, se aproximam do universo consensual.

Nos discursos analisados, a dimensão da afetividade está presente invariavelmente, mesmo entre aqueles que ocupam altos cargos na política institucional clubística. Esta afetividade se manifesta de formas diversas entre os atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol do Curitiba. Ela é mais exacerbada (paixão) entre os torcedores, que por isso têm mais dificuldade de tornar racional a sua prática social do futebol e o seu discurso. Os especialistas são aqueles que mais evitam que a afetividade transpareça em seu discurso – em seu trabalho – pois valorizam a objetividade e a imparcialidade. Já entre os profissionais a afetividade é valorizada, mas nem sempre se faz presente, principalmente entre os jogadores, pois a atual dinâmica do mercado de transferências dificulta a criação de identidades clubísticas.

A identidade é um elemento fundamental na estruturação da rede sócio-espacial do Curitiba, pois os atores sócio-espaciais mais significativos são aqueles que mantêm uma estreita identificação futebolística com o clube. Esta identificação é extremamente valorizada por estes atores através do *ethos* futebolístico do “amor à camisa”. Neste *ethos* percebe-se uma dimensão afetiva e também simbólica. A camisa, como símbolo, representa o clube como um todo – desde sua estrutura organizacional até os atores sócio-espaciais que se agrupam através dele.

Os símbolos e mitos modernos são fundamentais na estruturação do espaço de representação do futebol do Curitiba, pois são as referências pelas quais a experiência do futebol ganha sentido. O compartilhamento de símbolos é fundamental na constituição da identidade clubística e norteador da prática social do futebol. O mesmo ocorre com os mitos modernos.

No discurso dos atores sócio-espaciais do espaço de representação do Coritiba é recorrente a evocação destes símbolos e mitos modernos. São citados os símbolos oficiais do clube (cores, camisa, emblema, bandeira, hino), bem como outros criados pela prática social do futebol (o estádio e diferentes espaços ligados ao futebol, o próprio apelido “coxa-branca”, entre outros). Os mitos modernos aparecem na forma de atores sócio-espaciais, sobretudo profissionais, (Fedato, Krüger, Hidalgo, Aladim, Lela, Evangelino, Couto Pereira, Tim, Ênio Andrade, entre outros) e de equipes que marcaram (na época de Fedato, nos anos 1970, 1985, etc.). Todavia, nem todos os símbolos e mitos modernos presente nos discursos são ligados diretamente ao Coritiba. Identifica-se também alguns símbolos e mitos modernos ligados ao futebol paranaense, brasileiro e até mundial. Este repertório é essencial na articulação entre os diversos espaços de representação do futebol nas diferentes escalas. Portanto, o espaço de representação do futebol do Coritiba não se interliga ao espaço de representação do futebol brasileiro apenas por relações institucionais, mas também através de elementos simbólicos.

Assim, os espaços de representação do futebol de diferentes escalas (municipal, estadual, nacional e internacional) e localidades (demais cidades, estados, países) estão articulados a partir de características em comum, apesar das peculiaridades de cada um destes. As redes sócio-espaciais de clubes que estão inseridos no mesmo espaço de representação do futebol – como as do Coritiba e do Atlético Paranaense, no espaço de representação do futebol de Curitiba – apresentam grande semelhança. Isto ocorre por questões institucionais, mas também simbólicas. Estes clubes estão intimamente ligados à sociedade curitibana. Desta maneira, estão constantemente se apropriando de elementos culturais da cidade e, ao mesmo tempo, contribuindo para a construção da mesma, bem como de sua cultura e de seu espaço de representação cotidiano. Assim, a rede sócio-espacial de um clube de Curitiba não se limita às instituições ou atores sócio-espaciais ligados diretamente ao futebol, mas se estende por toda sociedade desta cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muitas dificuldades se interpuseram na caminhada para se atingir os objetivos do trabalho. A primeira delas ocorreu pela escassez de trabalhos científicos acerca

do tema, sobretudo por parte da ciência geográfica. Todavia, alguns poucos trabalhos de qualidade forneceram a base teórica sobre futebol que esta pesquisa necessitava. Outra dificuldade foi desenvolver uma teoria que possibilitasse estudar o futebol além de sua dimensão esportiva, mas também como fenômeno sócio-espacial e cultural sob o olhar da Geografia. Ela foi superada através das leituras realizadas e pela discussão teórica nos colóquios com o orientador.

A abordagem cultural em Geografia – através da incorporação de elementos não materiais em suas investigações – em diálogo com a teoria das representações sociais de MOSCOVICI (2003) e das formulações acerca do espaço de representação – de LEFÉBVRE (1991), SOJA (1993 e 1996) e GIL FILHO (2002 e 2003) – forneceram uma base teórica consistente para o desenvolvimento do conceito de espaço de representação do futebol. Este se apresenta como grande contribuição do trabalho, pois permite que a Geografia estude os diversos elementos que o constituem em interação. Estes se dividem em categorias centrais (fato futebolístico, prática social do futebol e poder); categorias de mediação (símbolo, mito moderno, discurso e identidade futebolística); e reinos (política institucional, paixão/afetividade e *ethos* futebolístico). A discussão teórica de cada um destes elementos foi fundamental para tornar o conceito sólido. Ela foi realizada em dois momentos. No primeiro, os elementos foram abordados em seu sentido lato – por exemplo, ao invés de se discutir a prática social do futebol, se abordou a prática social. Posteriormente, cada um destes elementos foi relacionado com o futebol, chegando-se em novos conceitos, que formariam um conceito maior ainda: o de espaço de representação do futebol.

As dificuldades não foram tomadas como empecilhos, mas sim como obstáculos a serem superados. O desafio continuou na pesquisa temática, sobretudo sobre o futebol paranaense, pois são pouquíssimos os livros de qualidade que tratam do assunto. Mesmo assim, foi possível compilar os dados necessários nestes livros, bem como através de jornais, revistas e sites. Com estes dados, com as leituras científicas temáticas e se amparando no conceito de espaço de representação do futebol foi possível identificar de que formas o futebol, como elemento esportivo, sócio-espacial e cultural constrói territorialidades e produz relações no Brasil, no Paraná e, especificamente, em Curitiba. Esta identificação foi feita em diferentes escalas, partindo-se da mais geral (global) até a mais específica (municipal).

De fato, notou-se que a prática social do futebol está intimamente articulada com a prática social cotidiana e que o futebol transcende sua condição esportiva, sendo um importante elemento das culturas brasileira, paranaense e curitibana. Assim, o futebol se torna um elemento fundamental para compreender a sociedade destas localidades, bem como fator constituinte de identidades locais. O próprio fato futebolístico – através da segunda e terceira naturezas (TOLEDO, 2002) – demonstra de que maneira o futebol é apropriado por diferentes culturas, que se manifestam através do jogar e da prática social do futebol. Estes elementos, em conjunto com o poder, possibilitam a criação e circulação de representações sociais, as quais cotidianamente reafirmam e redefinem os elementos das categorias de mediação e dos reinos.

Em escala nacional, a Seleção Brasileira pode ser entendida como elemento simbólico fundamental do espaço de representação do futebol, pois é principalmente através dela que se articula esta instância da espacialidade. Já em nível local, os clubes assumem esta condição, pois é a partir deles que os indivíduos se agrupam e assumem papéis definidos, tornando-se atores sócio-espaciais do espaço de representação do futebol. Os atores sócio-espaciais foram divididos em três grandes grupos, de acordo com TOLEDO (2002): os profissionais (interferem diretamente no fato futebolístico, jogando, dirigindo ou tomando decisões); os torcedores (se aglutinam em torno dos clubes através da afetividade/paixão e da identidade futebolística) e os especialistas ou mídia (nem atuam no fato futebolístico e nem torcem, mas participam efetivamente desta instância da espacialidade produzindo e fazendo circular representações sociais). Estes atores sócio-espaciais se relacionam uns com os outros através das categorias centrais. Eles produzem representações sociais e se apropriam dos elementos simbólicos do espaço de representação. Assim, são eles que através das instituições vão construir o espaço de representação do futebol.

Estas instituições estão articuladas em diversas escalas, em complexas relações de poder. Foram identificados quatro tipos de instituições no espaço de representação do futebol: os clubes (que podem ser adversários, rivais, parceiros ou participantes do mercado de transferências); as instituições futebolísticas (tais quais a Fifa, as confederações continentais, as associações nacionais e federações estaduais, além das instituições futebolísticas assessórias); as instituições públicas (nacionais, estaduais e municipais); e as empresas (patrocinadoras, de serviços e fornecedoras). Os clubes foram identificados como as estruturas básicas do espaço

de representação do futebol, justamente por estarem intimamente relacionados com todas as demais instituições e terem a capacidade de cotidianamente agrupar os diversos atores sócio-espaciais desta instância da espacialidade.

Foram discutidos, a partir dos clubes paranaenses, os diversos elementos do espaço de representação do futebol no estado e, especificamente, na cidade de Curitiba. Desta maneira, se procurou caracterizar como se constitui o espaço de representação do futebol, através de suas estruturas, que estão interligadas de modo complexo em diferentes escalas e permeadas por diversos atores sócio-espaciais.

Através de entrevistas dos atores sócio-espaciais foi possível traçar a rede sócio-espacial do Coritiba Foot Ball Club. No entanto, na realização destas entrevistas também surgiram momentos de dificuldades, principalmente quando se procurou agendar as entrevistas com os atores sócio-espaciais vinculados diretamente ao Coritiba (presidente, treinador e jogadores). A justificativa dada foi de que o clube passava por um momento difícil e que a realização das entrevistas poderia atrapalhar estes profissionais. Felizmente, foram poucos aqueles que não entenderam o valor da pesquisa – não apenas para a academia, mas também para a sociedade curitibana. Os outros atores sócio-espaciais solicitados atenderam prontamente e contribuíram muito com o trabalho através das entrevistas. Dentro do próprio Coritiba houve significativa contribuição de Pachequinho e Krüger. Mesmo havendo problemas, isto não comprometeu o resultado do trabalho, pois as entrevistas realizadas tiveram qualidade suficiente para sustentar as discussões. Foram ainda, utilizadas entrevistas do presidente do Coritiba Giovani Gionédis a diversos meios de comunicação. Desta maneira, havia dados suficientes para se identificar as relações do espaço de representação do futebol em Curitiba, traçando a rede sócio-espacial do Coritiba Foot Ball Club.

A realização da pesquisa de campo e a análise das entrevistas foram uma etapa fundamental para a análise da construção do espaço de representação do futebol em Curitiba, pois a partir da rede traçada foi possível compreender de que maneira o clube (Coritiba) se articula com as diversas instituições e diferentes atores sócio-espaciais. Além disso, a rede sócio-espacial do Coritiba Foot Ball Club contribui não apenas para a apreensão da estruturação do espaço de representação do futebol de Curitiba, mas também para a compreensão do universo consensual da cidade, já que o espaço de representação do futebol de Curitiba é repleto de

elementos simbólicos e territorialidades que se inserem na própria vida cotidiana da cidade, através de representações sociais e de relações sócio-espaciais.

É possível estender esta análise aos outros clubes da cidade, pois suas redes sócio-espaciais se assemelham, apesar de que cada clube possui características próprias, as quais se manifestam através dos diferentes elementos do espaço de representação do futebol e na rede sócio-espacial. Assim, salvo peculiaridades, a rede sócio-espacial traçada a partir do Coritiba Foot Ball Club se parece com a do Clube Atlético Paranaense e com a do Paraná Clube, pois estes clubes compartilham de um semelhante repertório simbólico no que tange ao espaço de representação do futebol de Curitiba.

Através de seus atores sócio-espaciais, cada um destes clubes desenvolve símbolos, mitos modernos, identidades futebolísticas e discursos próprios. No entanto, estes elementos estão em constante interação com os dos outros clubes que ajudam na construção do espaço de representação do futebol em Curitiba. Assim, os elementos simbólicos, apesar de não serem idênticos entre os clubes, são influenciados por seus pares, através de diversos tipos de relações de poder – como a rivalidade, parceria, entre outras –, bem como através do fato futebolístico e da prática social do futebol.

Portanto, através do cumprimento dos objetivos específicos, se conseguiu atingir o objetivo deste trabalho, que era analisar a estruturação do espaço de representação do futebol em Curitiba, através das territorialidades construídas pelos atores sócio-espaciais do futebol, que se apropriam de elementos simbólicos.

Percebeu-se que a prática social do futebol está realmente articulada com a prática social cotidiana dos habitantes de Curitiba. O futebol, na cidade, não é apreendido apenas como um esporte, mas também como uma manifestação sócio-espacial e cultural. As próprias relações ocorridas no espaço de representação do futebol demonstram isto. O clássico Atletiba é um exemplo de como uma partida de futebol pode transcender o fato futebolístico, se estendendo a uma complexa prática social do futebol e a relações de poder entre os diferentes atores sócio-espaciais. Estes elementos em interações formam – através de representações sociais – símbolos, mitos modernos, discursos e identidades futebolísticas típicos da relação de rivalidade entre estes dois clubes. O mesmo acontece com o Paraná Clube, apesar da relação de rivalidade deste não ser tão intensa como a entre Coritiba e Atlético. Os diferentes atores sócio-espaciais e as instituições do espaço de representação do futebol de Curitiba estão em constante interação com espaços de

representação do futebol de diversas escalas (paranaense, nacional e internacional) e de outras localidades. As relações ocorridas no espaço de representação do futebol de Curitiba dizem muito sobre a cultura local, sendo uma instância da espacialidade fundamental na construção do espaço curitibano.

Os diferentes atores sócio-espaciais constituem territorialidades através da apropriação dos elementos do espaço de representação do futebol. Estas territorialidades podem ser observadas tanto na prática social do futebol, ou seja, no cotidiano, quando no fato futebolístico (ritual). Estas territorialidades expressam o poder destes atores no espaço de representação do futebol. Elas ganham força através da política das diversas instituições que estruturam e fazem parte do espaço de representação do futebol. No entanto, estas territorialidades não são fixas nem facilmente identificadas no espaço de representação do futebol. Elas são expressas através de representações sociais, estruturas futebolísticas (estádios, centros de treinamento, etc.) e elementos das categorias de mediação.

O espaço de representação do futebol em Curitiba é extremamente complexo, pois envolve uma grande diversidade de elementos que estão em constantes modificações através das representações sociais formuladas pelos diferentes atores sócio-espaciais. Desta maneira, apesar de haver atingido os objetivos deste trabalho, não significa que o tema tenha se esgotado nestas páginas. Há muito ainda a ser pesquisado, pois analisar a estruturação do espaço de representação do futebol em Curitiba é um trabalho de constante reflexão teórica e de pesquisa temática.

Este trabalho procurou contribuir para o desenvolvimento da pesquisa deste tema e de outros correlatos que, infelizmente, ainda não são devidamente explorados pela ciência geográfica e não despertam o interesse necessário por parte da academia. Foi demonstrado que é possível e necessário estudar o futebol sob o olhar da Geografia. Tomara que este trabalho possa despertar o interesse de outros pelo tema – que é de relevância para a academia por se tratar de uma significativa e importante manifestação cultural, sobretudo para os brasileiros – e contribuir, através de sua abordagem no estudo de outros temas.

Entretanto, a caminhada não acaba aqui. A pesquisa suscitou novas questões e demonstrou que outras são dignas de um aprofundamento. Várias delas merecem uma tese de doutorado, o próximo desafio a ser assumido. Cada elemento do espaço de representação do futebol é passível de pesquisas mais aprofundadas, bem como é preciso analisar a estruturação de outros espaços de representação do futebol – municipais, estaduais e até nacionais. Outras idéias hão de vir, outras

questões não de surgir para contribuir para que, de fato, o futebol seja encarado com a devida relevância pela academia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGOSTINO, G. **Vencer ou morrer: futebol, geopolítica e identidade nacional**. Rio de Janeiro: Faperj/Mauad, 2002.

AIDAR, A. C. K.; LEONCINI, M. P. Evolução do futebol e do futebol como negócio. In: AIDAR, A. C. K.; LEONCINI, M. P.; OLIVEIRA, J. J. de. **A nova gestão do futebol**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

AMARAL, L. **Objetividade jornalística**. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1996.

BELLOS, A. **Futebol: o Brasil em campo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1999.

BETTANINI, T. **Espaço e ciências humanas**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas lingüísticas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

BRUNORO, J. C.; AFIF, A. **Futebol 100% profissional**. São Paulo: Gente, 1997.

CASSIRER, E. **Linguagem e mito**. São Paulo: Perspectiva, 1992.

_____. **O mito do estado**. São Paulo: Códex, 2003.

CASTELLS, M. **O poder da identidade: a era da informação, economia sociedade e cultural – vol. 2**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

CHEVALIER, J.; GHEERBRANT, A. **Dicionário de símbolos**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2003.

CLAVAL, P. A Geografia Cultural: o estado da arte. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

_____. **A Geografia Cultural**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2001a.

_____. O papel da Geografia Cultural na compreensão da ação humana. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Matrizes da Geografia Cultural**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001b.

COELHO, V.; CARNEIRO NETO. **Atletiba**: a paixão das multidões. Curitiba: dos autores, Fundação Cultural de Curitiba, 1994.

_____. **O Campeoníssimo**: a trajetória de Evangelino Neves. Curitiba: Coração Brasil, 2003.

CORITIBA FOOT BALL CLUB. **Estatuto**. Curitiba: Supergraf, 2003.

CORRÊA, R. L. Geografia Cultural: passado e futuro – uma introdução. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. Geografia Cultural: introduzindo a temática, os textos e uma agenda. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Introdução à Geografia Cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

COSGROVE, D. E. Geografia Cultural do milênio. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

COSGROVE, D. E.; JACKSON, P. Novos rumos da Geografia Cultural. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Introdução à Geografia Cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

DAMATTA, R. **O que faz o brasil, Brasil?**. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

DAMO, A. S. **Futebol e identidade social**: uma leitura antropológica das rivalidades entre torcedores e clubes. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 2002.

DUNCAN, J. S. O supra-orgânico na Geografia Cultural americana. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Introdução à Geografia Cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

FEDATO, A.; KRAUSS, P. **Fedato**: o estampilla rubia. Curitiba: Travessa dos Editores, 2005.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

GALEANO, E. **Futebol ao sol e à sombra**. Porto Alegre: L&PM, 2004.

GIL FILHO, S. F. **Igreja Católica Romana**: fronteiras do discurso e territorialidade do sagrado. Curitiba, 2002, 232 f. Tese (Doutorado em História) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

- _____. **Espaço de representação**: epistemologia e método. ANPEGE, Florianópolis, 2003.
- GIULIANOTTI, R. **Sociologia do futebol**: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.
- GOMES, P. C. da C. **Geografia e modernidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.
- GOUSSINSKY, E.; ASSUMPÇÃO, J. C. **Coritiba Foot Ball Club**: emoção alviverde. São Paulo: DBA Artes Gráficas, 2000.
- HELAL, R. **Passes e impasses**: futebol e cultura de massa no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1997.
- HOLZER, W. A Geografia Fenomenológica de Eric Dardel. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Matrizes da Geografia Cultural**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.
- JAL; GUAL. **A história do futebol através do cartum**. Rio de Janeiro: Bom Texto, 2004.
- JOVCHELOVITCH, S. **Representações sociais e esfera pública**: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2000.
- LECOURT, D. A arqueologia e o saber. In: **O homem e o discurso: a arqueologia de Michel Foucault**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.
- LEFÉBVRE, H. **The production of space**. Oxford: Blackwell, 1991.
- MACHADO, H. I.; CHRESTENZEN, L. M. **Futebol do Paraná**: 100 Anos de História. Curitiba: H.I. Machado, 2005.
- MAY, T. **Pesquisa social**: questões, métodos e processos. São Paulo: Artmed, 2004.
- MOSCOVICI, S. Representações sociais às representações coletivas: elementos para uma história. In: JODELET, D. (org). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.
- _____. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2003.
- MOURA, G. de A. **O Rio corre para o Maracanã**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

O HOMEM e o discurso: a arqueologia de Michel Foucault. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.

PERDIGÃO, P. **Anatomia de uma derrota:** 16 de julho de 1950 – Brasil x Uruguai. São Paulo: L&PM, 1986.

RAFFESTIN, C. **Por uma Geografia do poder.** São Paulo: Ática, 1993.

ROSSI, C. **O que é jornalismo.** São Paulo: Brasiliense, 1988.

ROUANET, S. P. A gramática do homicídio. In: **O homem e o discurso:** a arqueologia de Michel Foucault. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.

SAUER, C. O. Geografia Cultural. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Introdução à Geografia Cultural.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

SOJA, E. W. **Geografias pós-modernas:** a reafirmação do espaço na teoria social crítica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

_____. **Thirdspace:** journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places. Oxford: Blackwell, 1996.

TOLEDO, L. H. de. **No país do futebol.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

_____. **Lógicas no futebol.** São Paulo: Hucitec/Fapesp, 2002.

UNZELTE, C. **O livro de ouro do futebol.** São Paulo: Ediouro, 2002.

WAGNER, P. L.; MIKESELL, M. W. Os temas da Geografia Cultural. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Introdução à Geografia Cultural.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

BIBLIOGRAFIA

AIDAR, A. C. K.; LEONCINI, M. P. A necessidade de profissionalização na gestão dos esportes. In: AIDAR, A. C. K.; LEONCINI, M. P.; OLIVEIRA, J. J. de. **A nova gestão do futebol.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

_____. As leis econômicas e o futebol. In: AIDAR, A. C. K.; LEONCINI, M. P.; OLIVEIRA, J. J. de. **A nova gestão do futebol.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

AIDAR, C. M. Desmistificando a Lei Pelé. In: AIDAR, A. C. K.; LEONCINI, M. P.; OLIVEIRA, J. J. de. **A nova gestão do futebol**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

AQUINO, R. S. L. de. **Futebol, uma paixão nacional**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1998.

_____. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

CASSIRER, E. **Ensaio sobre o homem**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____. **Filosofia de las formas simbólicas**. México: F.C.E., 1998.

CASTANHO, C. A. **Dicionário universal das idéias**. São Paulo: Editora Meca, 1985.

CLAVAL, P. A contribuição francesa ao desenvolvimento da abordagem cultural na Geografia. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Introdução à Geografia Cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

CORRÊA, R. L. Carl Sauer e a Escola de Berkeley – uma apreciação. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Matrizes da Geografia Cultural**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

DEMO, P. **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1995.

FLORENZANO, J. P. **Afonso & Edmundo**: a rebeldia no futebol brasileiro. São Paulo: Musa, 1998.

FOER, F. **Como o futebol explica o mundo**: um olhar inesperado sobre a globalização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

FOUCAULT, M. **As palavras e as coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

_____. **O Nascimento da Clínica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

GADAMER, H. G. **Verdade e Método I**. Petrópolis: Vozes, 2003.

GIL FILHO, S. F. **Espaço de representação e territorialidade do sagrado**: notas para uma teoria do fato religioso. Ra'e Ga – O Espaço Geográfico em Análise: Curitiba, v.3 n.3, p. 91-120, 1999.

GRELLET, C. O marketing do futebol. In: AIDAR, A. C. K.; LEONCINI, M. P.; OLIVEIRA, J. J. de. **A Nova gestão do futebol**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

HELAL, R.; SOARES, A. J.; LOVISOLO, H. **A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria**. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

JESUS, Gilmar Mascarenhas de. **Futebol e Racismo no Rio Grande do Sul: a liga canela preta**. In: **Coletânea do Congresso de História do Esporte, Lazer e Educação Física**, 6., 1998, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Universidade Gama Filho, 1998. p. 113.

_____. **Futebol e Territorialidade da Segregação Racial em Porto Alegre**. In: **Motus Corpori**. Vol 5, nº. Rio de Janeiro: Gama Filho, 1998.

JODELET, D. (org). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2001.

JUNG, C. G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Vozes, 2002.

LAKATOS, E.; MARCONI, M. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2000.

LEVER, J. **A loucura do futebol**. Rio de Janeiro: Record, 1983.

MACHADO, C. do C. M. **História do futebol catarinense**. Florianópolis: Insular, 2000.

MURRAY, B. **Uma história do futebol**. São Paulo: Hedra, 2000.

PEREIRA, L. A. de M. **Footballmania: uma história social do futebol do Rio de Janeiro (1902-1938)**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

PIMENTA, C. A. M. **Torcidas organizadas de futebol: violência e auto-afirmação – aspectos da construção das novas relações sociais**. Taubaté: Vogal, 1997.

REBELO, A.; TORRES, S. **CBF Nike**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

RODRIGUES FILHO, M. **O negro no futebol brasileiro**. Rio de Janeiro: Irmãos Pongetti, 1947.

SÁ, C. P. de. Representações sociais: o conceito e o estado atual da teoria. In: SPINK, M. J. (org.). **O conhecimento no cotidiano**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

SALDANHA, J. **Histórias do futebol**. Rio de Janeiro: Revan, 1994.

SCHOPENHAUER, A. **O mundo como vontade e representação**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2001.

SHIELDS, R. **Lefévre, love & struggle: spatial dialectics**. Londres: Routledge, 1999.

TUAN, Y. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. São Paulo: DIFEL/Difusão, 1980.

YALLOP, D. A. **Como eles roubaram o jogo**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

FONTES PRIMÁRIAS

COELHO, Vinicius. **Entrevista concedida a Fernando Rosseto Gallego Campos**. Curitiba, 01 dez. 2005.

CORRÊA, Luiz Fernando. **Entrevista concedida a Fernando Rosseto Gallego Campos**. Curitiba, 04 nov. 2005.

FEDATTO, Aroldo. **Entrevista concedida a Fernando Rosseto Gallego Campos**. Curitiba, 30 ago. 2005.

GIONÉDIS, Giovani. **Entrevista concedida ao Transamérica Esportes**. Curitiba, Rádio Transamérica Pop (100,3 MHz), 02 dez. 2005.

HIDALGO NETO, José. **Entrevista concedida a Fernando Rosseto Gallego Campos**. Curitiba, 10 nov. 2005.

KRAUSS, Paulo. **Entrevista concedida a Fernando Rosseto Gallego Campos**. Curitiba, 29 ago. 2005.

KRÜGER, Dirceu. **Entrevista concedida a Fernando Rosseto Gallego Campos**. Curitiba, 27 out. 2005.

LUCIANO, Aladim. **Entrevista concedida a Fernando Rosseto Gallego Campos**. Curitiba, 15 set. 2005.

PACHECO, Eriélton Carlos. **Entrevista concedida a Fernando Rosseto Gallego Campos**. Curitiba, 26 out. 2005.

STELLFELD, Luiz. **Entrevista concedida a Fernando Rosseto Gallego Campos**. Curitiba, 14 set. 2005.

FONTES SECUNDÁRIAS

BRASIL – MINISTÉRIO DO ESPORTE. **Timemania**. Disponível em: <<http://portal.esporte.gov.br/timemania/default.jsp>>. Acesso em 16 maio 2005.

CBF. **Federações afiliadas a CBF**. Disponível em: <<http://cbfnews.uol.com.br/>>. Acesso em 20 abr. 2005.

CBF. **Ranking das federações**. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/cbf/2005/ranking_uf.pdf>. Acesso em 07 dez. 2005.

CBF. **Ranking nacional dos clubes**. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/cbf/2005/ranking.pdf>>. Acesso em 07 dez. 2005.

CBF. **Série A: estatística do campeonato**. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/cbf/2005/brasileiro/doca/estatisticas.htm>>. Acesso em 12 jan. 2005.

CBF. **Série B: estatística do campeonato**. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/cbf/2005/brasileiro/docb/estatisticas.htm>>. Acesso em 12 jan. 2005.

CBF. **Série C: estatística do campeonato**. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/cbf/2005/brasileiro/doccc/estatisticas.htm>>. Acesso em 12 jan. 2005.

CITADINI. **Alambrado**. Disponível em: <<http://www.citadini.com.br/alambrado/oexp020413.htm>>. Acesso em 01 maio 2005.

CLUBE ATLÉTICO PARANAENSE. **Arena**. Disponível em: <www.atleticopr.com.br/arena/>. Acesso em 14 set. 2005.

CLUBE ATLÉTICO PARANAENSE. **Arena**. Disponível em: <<http://www.atleticopr.com.br/ct-caju/estrutura.php>>. Acesso em 02 fev. 2006.

CLUBE DOS 13. **História**. Disponível em: <<http://clubedostreze.globo.com/Site/Component/institucional-historico.aspx>>. Acesso em 27 dez. 2005.

CONMEBOL. **Asociaciones nacionales**. Disponível em: <http://www.conmebol.com/federaciones_index,S.html>. Acesso em: 20 maio 2005.

CORITIBA FOOT BALL CLUB. **O começo**. Disponível em: <<http://www.coritiba.com.br/historico.php?passo=2>>. Acesso em 25 set. 2005.

CORITIBA FOOT BALL CLUB. **Logomarca.** Disponível em: <<http://www.coritiba.com.br/simbolos.php?passo=2>>. Acesso em 20 jan. 2006.

CORITIBA FOOT BALL CLUB. **Mascote.** Disponível em: <<http://www.coritiba.com.br/simbolos.php?passo=3>>. Acesso em 02 dez. 2005.

CORITIBA FOOT BALL CLUB. **Centro de Treinamento da Graciosa: história.** Disponível em: <<http://www.coritiba.com.br/patrimonio.php?passo=4>>. Acesso em 29 set. 2005.

CORITIBA FOOT BALL CLUB. **Centro de Treinamento da Graciosa: fotos.** Disponível em: <<http://www.coritiba.com.br/patrimonio.php?passo=5#>>. Acesso em 29 set. 2005.

CORITIBA FOOT BALL CLUB. **Estádio Major Antônio Couto Pereira: fotos.** Disponível em: <<http://www.coritiba.com.br/patrimonio.php?passo=3#>>. Acesso em 29 set. 2005.

CORITIBA FOOT BALL CLUB. **Estádio Major Antônio Couto Pereira: dados técnicos.** Disponível em: <<http://www.coritiba.com.br/patrimonio.php?passo=2>>. Acesso em 29 set. 2005.

CORITIBA FOOT BALL CLUB. **Coritiba 1x0 Internacional.** Disponível em: <http://www.coritiba.com.br/noticia.php?not_id=672>. Acesso em 12 jan. 2006.

CRUZEIRO ESPORTE CLUBE. **Cruzeiro perde na despedida.** Disponível em: <<http://www.cruzeiro.com.br/cruzeiro/noticias/5892.html>>. Acesso em 12 jan. 2006.

ÉPOCA. **Copa 1958 – Suécia.** Disponível em: <http://epoca.globo.com/especiais_online/2002/07/01_penta/campeao.htm>. Acesso em 22 abr. 2005.

ÉPOCA. **Palpite infeliz.** Disponível em: <http://epoca.globo.com/especiais_online/2002/07/01_penta/palpite.htm>. Acesso em 26 abr. 2005.

FEDERAÇÃO PARANAENSE DE FUTEBOL. **Campeonato Série Ouro 2005.** Disponível em: <http://www.federacaoparana.com.br/listagem_campeonato.asp?id_campeonato=7>. Acesso em 23 set. 2005.

FEDERAÇÃO PARANAENSE DE FUTEBOL. **Galeria dos campeões.** Disponível em: <<http://www.federacaopr.com.br/index.asp?categoria=GALERIA%20DOS%20CAMPEÕES>>. Acesso em 11 set. 2005.

FIFA. **More than 2000 Years of Football.** Disponível em: <<http://www.fifa.com/en/history/history/0,1283,1,00.html>>. Acesso em 20 abr. 2005.

FIFA. **Brazil 1950.** Disponível em: <<http://fifaworldcup.yahoo.com/06/en/p/pwc/ph/1950.html?i=2&d=1>>. Acesso em 20 abr. 2005.

FIFA. **Sweden 1958.** Disponível em: <<http://fifaworldcup.yahoo.com/06/en/p/pwc/ph/1958.html?i=1&d=1>>. Acesso em 20 abr. 2005.

FIFA. **Mexico 1970.** Disponível em: <<http://fifaworldcup.yahoo.com/06/en/p/pwc/ph/1970.html?i=11&d=1>>. Acesso em 20 abr. 2005.

FIFA. **France 1998.** Disponível em: <<http://fifaworldcup.yahoo.com/06/en/p/pwc/ph/1998.html?i=12&d=1>>. Acesso em 20 abr. 2005.

FIFA. **Confederations.** Disponível em: <<http://www.fifa.com/en/organisation/confederations/index.html>>. Acesso em 21 abr. 2005.

FIFA. **FIFA statutes.** Disponível em: <http://www.fifa.com/documents/static/regulations/FIFA_statutes_08_2004_E.pdf>. Acesso em 20 abr. 2005.

FIFA. **FIFA and fair play.** Disponível em: <<http://www.fifa.com/en/fairplay/fairplay/0,1256,0,00.html>>. Acesso em 20 abr. 2005.

FURACÃO.COM. **Cores, hinos e símbolos.** Disponível em: <<http://www.furacao.com/historia/curiosidades/cores>>. Acesso em 01 out. 2005.

FURACÃO.COM. **Kyocera Arena.** Disponível em: <<http://www.furacao.com/clube/baixada/>>. Acesso em 01 out. 2005.

FURACÃO.COM. **CT do Caju.** Disponível em: <<http://www.furacao.com/clube/ct/>>. Acesso em 01 out. 2005.

FUTEBOLPR. **O futebol chega ao Paraná.** Disponível em: <<http://www.futebolpr.com.br/historia1.html>>. Acesso em 26 set. 2005.

FUTEBOLPR. **Federação Paranaense de Futebol: ranking.** Disponível em: <<http://www.futebolpr.com.br/federacao/federacao.shtml#>>. Acesso em 16 set. 2005.

FUTEBOLPR. **Coxa bicampeão brasileiro até 2010**. Disponível em: <<http://www.futebolpr.com.br/semanal/280705.shtml>>. Acesso em 20 ago. 2005.

FUTEBOLPR. **Alex: “Meu último jogo será no Coxa”**. Disponível em: <<http://www.futebolpr.com.br/semanal/250403.shtml>>. Acesso em 25 ago. 2005.

Gazeta do Povo. Caderno de Esportes. Curitiba, 24 dez. 2001.

Gazeta do Povo. Caderno de Esportes. Curitiba, 17 nov. 2003.

Gazeta do Povo. Caderno de Esportes. Curitiba, 19 abr. 2004.

Gazeta do Povo. Caderno de Esportes. Curitiba, 04 set. 2005.

Gazeta do Povo. Caderno de Esportes. Curitiba, 16 out. 2005.

Gazeta do Povo. Caderno de Esportes. Curitiba, 17 out. 2005.

Gazeta do Povo. Caderno de Esportes. Curitiba, 18 out. 2005.

GAZETA DO POVO. **Final do paranaense não é transmitida para Curitiba**. Disponível em: <<http://www.ondarpc.com.br/esportes/geral/conteudo.phtml?id=454992>>. Acesso em 23 nov. 2005.

GAZETA ESPORTIVA. **Rapidinhas do Verdão**. Disponível em: <http://www.gazetaesportiva.net/ge_noticias/newsarch/ch_119/noticia.php?p=bndpZC0zNjM2NjEtbm51bS0zMMA%3D%3D>. Acesso em: 06 maio 2005.

GAZETA ESPORTIVA. **Atlético/PR: mascote**. Disponível em: <<http://www.gazetaesportiva.net/campeonatos/futebol/nacional/1999/brasileiro99/clubes/atl-pr/atleprmascode.htm>>. Acesso em 02 dez. 2005.

GLOBO. **Nascimento, Jackson e Caio mais longe do Coxa**. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/ESP/Noticia/0,,AA1096834-4409,00.html>>. Acesso em 26 dez. 2005.

HISTÓRIA DO CORITIBA. **Estádios utilizados**. Disponível em: <http://www.historiadocoritiba.com.br/atleTIBA_estadios.asp>. Acesso em 21 set. 2005.

HISTÓRIA DO CORITIBA. **Curiosidades.** Disponível em: <http://www.historiadocoritiba.com.br/atleTIBA_curiosidades.asp>. Acesso em 21 set. 2005.

IBOPE. **Torcidas de times cariocas e paulistas são as maiores do Brasil.** Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortallIBOPE&pub=T&db=cald&comp=Opinião+Pública&docid=0CEA28C6DA4B8D7D83256EA20061B147>>. Acesso em 23 nov. 2005.

LANCENET. **Campeões estaduais estreiam com jogadores na Seleção e favoritismo.** Disponível em: <<http://lancenet.ig.com.br/noticias/05-04-23/FUT/FLU/L313314.htm>>. Acesso em 18 maio 2005.

MUSEU DOS ESPORTES. **Olimpíadas.** Disponível em: <<http://www.museudosesportes.com.br/noticia.php?id=1577>>. Acesso em 22 abr. 2005.

ONDARPC. **Atletiba.** Disponível em: <<http://canais.ondarpc.com.br/fotografia/foto.phtml?secao=fotografos&id=55&offset=18>>. Acesso em 22 jan. 2006..

PARANÁ CLUBE. **Símbolos.** Disponível em: <<http://www.paranaclube.com.br/simbolos.asp>>. Acesso em 16 out. 2005.

PARANÁ CLUBE. **Uniformes.** Disponível em: <<http://www.paranaclube.com.br/uniformes.asp>>. Acesso em 16 out. 2005.

PARANÁ CLUBE. **História.** Disponível em: <<http://www.paranaclube.com.br/historia.asp>>. Acesso em 16 out. 2005.

PENALTY. **Camisa Coritiba 01.** Disponível em: <<http://www.penalty.com/site/catalogoEspecificacoesFutebol.asp?prod=305042&catp=&catsub=&idclube=39&m1=7&m2=0>>. Acesso em 19 jan. 2006.

PLACAR. **Atlético Paranaense.** Disponível em: <http://placar.abril.com.br/aberto/clubes/atleticopr/052005/052005_268853.shtml>. Acesso em 02 dez. 2005.

Revista Época. Rio de Janeiro: Globo, 14 fev. 2005.

Revista Lance!. Guia do Brasileiro 2005. São Paulo: Areté, 2005.

Revista Lance!. Série grandes clubes 2005 – Atlético. São Paulo: Areté, 2005.

Revista Lance!. Série grandes clubes 2005 – Curitiba. São Paulo: Areté, 2005.

Revista Placar. Guia do Brasileirão 2005. São Paulo: Abril, abr. 2005.

SPIEGEL. **Real Madrid**. Disponível em: <http://www.spiegel.de/sport/fussball/0,1518,grossbild-423253-335637,00.html>. Acesso em 26 abr. 2005.

TEMPLOS DO FUTEBOL. **Parque Graciosa**. Disponível em: <http://mavalem.sites.uol.com.br/pr/Curitiba9.htm>. Acesso em 30 set. 2005.

TEMPLOS DO FUTEBOL. **Couto Pereira: vista interna antiga**. Disponível em: <http://mavalem.sites.uol.com.br/pr/Couto5.JPG>. Acesso em 30 set. 2005.

TEMPLOS DO FUTEBOL. **Arena da Baixada: vista interna antiga**. Disponível em: <http://mavalem.sites.uol.com.br/pr/Arena5.JPG>. Acesso em 30 set. 2005.

TEMPLOS DO FUTEBOL. **Arena da Baixada: projeto**. Disponível em: <http://mavalem.sites.uol.com.br/pr/Arena4.jpg>. Acesso em 30 set. 2005.

TEMPLOS DO FUTEBOL. **Pinheirão: projeto antigo**. Disponível em: <http://mavalem.sites.uol.com.br/pr/Pinheirao1.jpg>. Acesso em 30 set. 2005.

TEMPLOS DO FUTEBOL. **Pinheirão**. Disponível em: <http://mavalem.sites.uol.com.br/pr/Curitiba3.htm>. Acesso em 30 set. 2005.

TEMPLOS DO FUTEBOL. **Pinheirão: vista aérea**. Disponível em: <http://mavalem.sites.uol.com.br/pr/Pinheirao5.jpg>. Acesso em 30 set. 2005.

TEMPLOS DO FUTEBOL. **Pinheirão: novo projeto**. Disponível em: <http://mavalem.sites.uol.com.br/pr/Pinheirao6.jpg>. Acesso em 30 set. 2005.

TEMPLOS DO FUTEBOL. **Vila Olímpica**. Disponível em: <http://mavalem.sites.uol.com.br/pr/Curitiba5.htm>. Acesso em 30 set. 2005.

TERRA. **Beckham e Ronaldo são os mais bem pagos do futebol**. Disponível em: <http://esportes.terra.com.br/futebol/europeu/interna/0,,OI524976-EI2030,00.html>. Acesso em 01 maio 2005.

TERRA. **Parreira vê vantagem em Robinho sair**. Disponível em: <http://esportes.terra.com.br/mundial2006/interna/0,,OI511107-EI1773,00.html>. Acesso em 15 maio 2005.

TERRA. **Campeonato Paranaense: decisão.** Disponível em: <<http://esportes.terra.com.br/futebol/estaduais2005/interna/0,,OI515291-4510,00.html>>. Acesso em 23 set. 2005.

TERRA. **Brasileirão 2005.** Disponível em: <<http://esportes.terra.com.br/futebol/brasileiro2005/interna/0,,OI782859-14847,00.html>>. Acesso em 12 jan. 2006.

TORCIDA ORGANIZADA IMPÉRIO ALVIVERDE. **Paz e Justiça!** Disponível em: <<http://www.imperioalviverde.com.br/manifesto/index.htm>>. Acesso em 18 dez. 2005.

TORCIDA ORGANIZADA IMPÉRIO ALVIVERDE. **Letras.** Disponível em: <<http://www.imperioalviverde.com.br/letras.php>>. Acesso em 18 dez. 2005.

TORCIDA ORGANIZADA OS FANÁTICOS. **Paz e Justiça!** Disponível em: <<http://www.osfanaticos.com.br/manifesto/index.htm>>. Acesso em 18 dez. 2005.

TORCIDA ORGANIZADA OS FANÁTICOS. **Músicas mp3.** Disponível em: <<http://www.osfanaticos.com.br/>>. Acesso em 18 dez. 2005.

UOL. **'Produto' futebol engatinha, mas cartolas espalham ideologia da elitização.** Disponível em: <http://esporte.uol.com.br/reportagens/especial_68.jhtm>. Acesso em 27 out. 2005.

VILA. TÁ NA HORA. **Projeto.** Disponível em: <<http://www.vilacapanema.com.br/tanahora/projeto.asp>>. Acesso em 24 out. 2005.

VILA. TÁ NA HORA. **Projeto 2.** Disponível em: <<http://www.vilacapanema.com.br/tanahora/projeto2.asp>>. Acesso em 24 out. 2005.

VILA. TÁ NA HORA. **Estrutura.** Disponível em: <<http://www.vilacapanema.com.br/tanahora/estrutura.asp>>. Acesso em 24 out. 2005.