

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**

**LUCAS BARBOSA POEIRAS SANTOS**

**FUTEBOL GEOGRÁFICO: UMA ANÁLISE DA IDENTIDADE E DA  
GEOPOLÍTICA DO ESPORTE**

VIÇOSA – MINAS GERAIS

2014

**LUCAS BARBOSA POEIRAS SANTOS**

**FUTEBOL GEOGRÁFICO: UMA ANÁLISE DA IDENTIDADE E DA  
GEPOLÍTICA DO ESPORTE**

Monografia apresentada ao curso de Geografia da Universidade Federal de Viçosa como requisito para obtenção do título de Bacharel em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Ulysses da Cunha Baggio

VIÇOSA – MINAS GERAIS

2014

**LUCAS BARBOSA POEIRAS SANTOS**

**FUTEBOL GEOGRÁFICO: UMA ANÁLISE DA IDENTIDADE DO ESPORTE**

Monografia apresentada ao curso de Geografia da Universidade Federal de Viçosa como requisito para obtenção do título de Bacharel em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Ulysses da Cunha Baggio

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Dr. Ulysses da Cunha Baggio – DGE/UFV  
(Orientador)

---

Prof. Dr. Wagner Barbosa Battela  
(Examinador 1)

---

Prof. Dr. Leomar Tiradentes  
(Examinador 2)

**VIÇOSA – MINAS GERAIS**

**2014**

Dedico minha monografia a todos os  
pernas-de-pau, perebas, caneleiros  
que sejam realmente ruins de bola.  
Mesmo assim possuem uma paixão  
incontrolável e inexplicável pelo  
futebol e por seus clubes.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao Deus do Futebol que com toda sua habilidade e ginga iluminou minha vida com muitas pessoas incríveis, uma família estável, amigos fieis e oportunidades viver bem e de crescer intelectualmente, pessoalmente e socialmente.

Agradeço aos professores da Universidade Federal de Viçosa, em especial os do Departamento de Geografia. Agradeço a professora Isabel por ter plantado a ideia de que o futebol era um acontecimento geográfico, a professora Lídia por ter me dado um foco de pesquisa e ao professor Ulysses por orientar este trabalho. Agradeço a professora Vera Alice, minha primeira professora de Geografia que me ensinou e inspirou a seguir o caminho desta ciência tão interessante e gratificante. Agradeço também aos colegas de curso que mostraram que Geografia é sintonia e é amor.

As equipes com que trabalhei nos meus dois estágios, na DAP Florestal e no Centev-UFV que me fizeram crescer profissionalmente.

Aos amigos, agradeço primeiramente a república Boca do Leão: Cleverson (Sonata), Adeilton (Cozinheiro Dedé, Robben com grife), Getúlio (Homem Dota) pela amizade em casa, pelas noites viradas estudando juntos e por me fazerem parte de uma república da forma que eu sempre idealizei. Agradeço a Carol Neves pela amizade mesmo em tempos ruins e pelas intermináveis histórias que tivemos juntos. Ao Elimar (Lmar, o camisa 9) e ao Lucas Rennó (Barba, camisa 11) pela união e vivência durante o curso. Aos amigos itaunenes: Pedro Salviano, Vitória e Mauro (Tião). Agradeço também a todas as repúblicas nas quais eu não consegui viver, pois elas me fizeram amadurecer e me tornar um homem melhor.

Agradeço ao UFV Capivaras, time de que fiz parte durante toda graduação onde ganhamos jogos, histórias e amigos.

Agradeço a minha ex-namorada Sarah (Zica) por sempre me cobrar em progredir a minha vida e amadurecer sempre me tratando com carinho.

Aos meus torcedores agradeço ao tio Gilmar (Palhaço) e a tia Márcia (Titia) pelo apoio logístico para que eu me estabelecesse confortavelmente em viçosa. Agradeço aos torcedores da arquibancada superior que eu tanto sinto falta: Elso, Carolina e Áurea. Agradeço aos outros tios e primos que não couberam aqui neste espaço, mas que contribuíram para minha formação.

Por último e mais importante agradeço ao meu papai Binho (Gordinho) pelo carinho, pela força, por ter me feito Atleticano Galo doido e por ter me ensinado como ser legal. A minha mamãe Geisa, meu sinônimo de integridade, dedicação e amor.

Sem vocês eu não me transformaria em quem eu sou hoje.

## Resumo

O ano de 2014 foi um ano muito emblemático para a ideia e a vivência do futebol através do espaço e do tempo no país. Toda a transformação no espaço durante os anos de preparação se evidenciou durante a Copa do Mundo FIFA e trouxe a tona vários questionamentos sobre o esporte e sua política associada.

O futebol é muito mais que um jogo, é um embate de ideologias. É a resistência dos marginalizados perante a legitimação dos dominantes. Nos primórdios da modalidade teve um apelo grande com diferentes segmentos da sociedade, cativando e aproximando e colocando frente a frente operários e burgueses, pobres e ricos, negros e brancos, católicos e protestantes. Desta forma várias identidades foram vistas em campo através do tempo.

O esporte faz parte da cultura popular brasileira e tem seus momentos muito visíveis através do espaço, mas também evidencia contradições muito fortes quando o espetáculo chega ao fim.

A copa do mundo FIFA 2014 é um mega evento que veio ao nosso país em 2007 trouxe consigo todo um pacote de práticas geopolíticas exercidas pela organização. A influência dessa federação atravessa as quatro linhas e passa pela política estatal, pela economia e claro pela mídia.

**Palavras chave:** Futebol, geografia, geopolítica, FIFA, Ministério dos Esportes, identidade.

## SUMÁRIO

1. Introdução	8
1.1. Recorte histórico do futebol no mundo e no Brasil	9
1.2. O futebol na cultura: uma abordagem na geografia cultural	11
1.3. Metodologia	12
2. Clubes, craques e torcidas	14
2.1. O peso da camisa: a identidade relacionada a torcida	15
2.2. Os grandes clássicos: a rivalidade em jogo	16
2.3. Dos campos para as delegacias: A violência das torcidas organizadas	18
2.4. Jogadores: empresas e mercadorias	20
2.5. Clubes: do idealismo ao empreendedorismo	21
2.6. Mercado profissional, administração amadora	22
2.7. A geopolítica da organização FIFA	24
3. A copa do mundo é nossa: o projeto do governo por trás do evento	25
3.1. Os projetos do governo para execução do evento	27
3.2. A força de trabalho	28
3.3. Preços e renda: quem pode consumir a copa in loco?	29
3.4. Atendendo demandas: o caso da venda de cerveja	36
4. Considerações finais	37
5. Referências bibliográficas	39

## 1. Introdução

O futebol é mais que um esporte. É um acontecimento, um produto, um gerador de tensões e também uma paixão. O futebol de Charles Miller do começo da modalidade no fim do século XIX, sua modernização no meio do século XX, com a criação de ídolos como Pelé, bem como sua incorporação ao capital, principalmente nas últimas décadas, transformam profundamente a vida não apenas dos atletas, mas também das populações, do espaço urbano e da política estatal.

A identidade dos clubes sempre foi forte. Seus símbolos são facilmente distinguidos no espaço e suas tensões inerentes quanto a sua racionalização e historicidade se tornaram cada vez mais expressivos ao longo do tempo. Apesar disso através da mudança dos modos operandi dos clubes várias novas contradições foram enunciadas, velhos paradigmas quebrados e antigas tradições reforçadas. Católicos jogando em times de protestantes, estrangeiros em times nacionalistas, com trocas de ídolos por dinheiro e outros produtos. Suas grafias se transformaram e se tornaram porosas às lógicas de acumulação do capital.

Os clubes em sua gênese têm histórias diferentes, onde indivíduos com características semelhantes se uniam para a prática atlética e reafirmação dos seus valores. Ideologias políticas, sociais e econômicas também fazem parte dos momentos de criação dos clubes. Através das vitórias de seus clubes e atletas muitos reafirmam sua imagem perante os que diferem dentro do território. Com as mudanças das práticas de empreendimentos, os clubes passaram a entrar na lógica de acumulação flexível e seus signos se tornaram marcas, produtos e posse.

O consumo do futebol foi o primeiro momento que instigou a produção de um trabalho relacionado à geografia da modalidade. O primeiro pensamento é sempre a sua prática e sua capacidade de espacialização, conectada ao imaginário do esporte (JESUS, 2010). Mas o seu apelo com o público vai para além da prática esportiva, com sua veia consumista, pela qual suas marcas e produtos constituem-se em fetiches de multidões.

Os signos se difundem por todos os lugares e paisagens do espaço urbano. Bares que viabilizam o consumo dos jogos fora dos estádios, produtos como bandeiras em camisas comuns ao cotidiano, espaços de torcidas organizadas, esquemas de segurança diferenciados para os jogos, mudança na programação do transporte público para atender as demandas dos torcedores entre outras transformações.

O anúncio da Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil foi uma das razões finais para a concepção deste trabalho. Através da evidenciação de contradições na prioridade do governo em atender as demandas das grandes corporações em detrimento dos investimentos à população, surgiu a necessidade de uma análise do plano e das justificativas do governo nesses ricos empreendimentos. Grandes empreiteiras ganharam várias licitações de cifras astronômicas, produzindo não apenas obras de modernização nos estádios, mas também transformações de monta nos espaços urbanos, transformando a própria horizontalidade do território.

## **1.2 Recorte histórico do futebol no mundo e no Brasil**

Atividades semelhantes ao futebol são datadas na China antiga por volta de 2500 A.C. (CANNETTIERI, 2010), onde soldados eram divididos em grupos e disputavam um balão de couro. Posteriormente no século XII, na Inglaterra, uma brincadeira chamada *mob football* era praticada onde os jogadores levavam a bola aos extremos da cidade, brincadeira que foi proibida pela Coroa devido a sua violência.

Muito antes de o futebol ser futebol e o esporte ser praticado, era antes de tudo uma brincadeira com bolas de couro, que na Inglaterra medieval era muito cultuada até ser banida por decreto do rei Eduardo II (PRONI, 2000 p.20). Mesmo com as proibições e limitações, a brincadeira nunca foi esquecida e através dos tempos foi transformada e re-significada muitas vezes por culturas e povos diferentes. As disputas eram resolvidas em bandos, onde cada grupo representava seu bairro ou região.

Um dos momentos determinantes para a transformação e normatização do futebol é no século XIX quando as *public schools* da elite inglesa que trouxeram para dentro de suas instalações a prática esportiva organizada. A truculência do jogo demorou a ser aceita para então ser regulamentada pelos colégios, sendo o colégio Harrow o primeiro a definir que deveriam ser onze praticantes conduzindo a bola até as metas. (PRONI, 2000 p.25)

Segundo PRONI (2000) o futebol chegou ao Brasil através do inglês Charles Miller que era filho do cônsul inglês que residia em São Paulo. Em 1896 a primeira partida formalmente disputada teve lugar em São Paulo no *Field* do Athletic Club São Paulo. No ano seguinte as partidas ganharam notoriedade com a vinda do alemão Hans Nobiling que organizaria partidas junto a Miller. Em 1898 o primeiro time de maioria brasileira foi formado na Universidade Mackenzie onde os estudantes de direito, filhos de fazendeiros praticavam a modalidade.

O futebol era uma grande novidade no cenário brasileiro, que vinha de grandes mudanças também em suas estruturas políticas e organizacionais com

a proclamação da república em 1889 e a abolição da escravidão. A partir dessa perspectiva podemos inferir que a necessidade de novas atividades e a disponibilidade das mesmas era necessária para constituir essa nova etapa para todas as escalas da sociedade brasileira. A popularização foi rápida, pois seu apelo vinha de formas diferentes através das classes sociais. As fábricas dos subúrbios tinham seus times organizados por seus trabalhadores com aval de seus patrões. A resposta da elite é a criação de diversas ligas, que organizavam e regulamentavam a prática através dos clubes atléticos, que eram formados pelas classes abastadas das principais capitais do Brasil.

A criação da FIFA em 1904 foi o começo das articulações das operações que envolveriam diversos clubes, nações e interesses. A organização visava centralizar as tomadas de decisão da modalidade a nível global e normatizar as regras a fim de torná-la uma prática universal. Todas as outras instituições que foram criadas anteriormente ou posteriormente (exemplos: UEFA (União das Federações Europeia de Futebol) , CBD ( Comissão brasileira de desportos) (pré-cbf), CONMEBOL (Confederación Sudamericana de Fútbol) e etc.) deveriam responder as normas e vontades da organização principal do futebol. Percebemos aqui que desde sua concepção a FIFA iria apresentar uma grande motivação geopolítica nas suas decisões.

A profissionalização dos atletas em 1933 tem relação direta com a criação das leis trabalhistas de 1931 do governo varguista e da pressão da imprensa que abertamente criticou o modelo estabelecido de administração e do falso amadorismo dos atletas. Antes da profissionalização não era permitido que os atletas recebessem incentivos financeiros para jogarem, a fim de não prejudicar a prática esportiva, mas muitos desses jogadores já recebiam dinheiro em operações exteriores ao clube, porém com o propósito de participarem das ligas e disputas.

Na década de 1940 com a extinção do Estado Novo, há uma motivação política pela continuidade da aproximação do futebol pela identidade do país. PRONI (2000) diz que a ideia de ser brasileiro tornava necessário torcer pela seleção. Através de atuações de legitimação dessa ideia, a execução da Copa do Mundo FIFA de 1950, foram construídos estádios e feitas operações para viabilizar a ideia do Estado nesse sentido.

As conquistas das copas de 1958 e 1962 fez com que o futebol brasileiro fosse considerado como uma força mundial. Apesar disso há um questionamento das operações, uma visão de que o futebol nacional estaria defasado em relação a organização de outras confederações ao redor do mundo. Foram feitas as primeiras mudanças significativas através do ministro da educação da época Jarbas Passarinho, estabelecendo os novos parâmetros. Segundo PRONI (2000 p.142) as principais transformações foram:

“criação da comissão *anti-dopping*; normatização das idades dos atletas; obrigatoriedade de exames médicos periódicos; formação da Primeira Divisão Nacional, formada pelos 16 melhores clubes do país; campos de futebol nas cidades para formação de jogadores; eliminação do “bicho” premiação; proibição da interferência de patrocinador comercial na seleção brasileira e nos clubes, obrigando o governo a arcar com a preparação da seleção.

Outro momento a ser considerado no cenário nacional é o período de 2000 a 2003, onde o campeonato brasileiro teve alterações profundas na sua estrutura. FOER (2005) faz uma análise sobre como a administração do futebol brasileiro era falha no começo da década e impulsionou as mudanças estruturais, uma vez que havia uma grande exportação de atletas e um esvaziamento dos estádios.

A partir daí o nosso futebol passa por um processo mais recente de modernização. Com reformas e construções de estádios. O anúncio do sucesso da candidatura em 2010 para sediar a copa de 2014, constituiu então uma nova forma de práticas e ações por todas as partes envolvidas na estrutura da copa. Grandes parcerias com o capital privado e grandes investimentos do governo foram as marcas das principais transformações do chamado “legado da copa”.

Brevemente situado o futebol no contexto do mundo e do Brasil, vemos que suas transformações saíram rapidamente de dentro das quatro linhas e foram consideradas em diferentes setores, desde a política, a divisão do trabalho e a apropriação econômica posterior.

## **1.2. O futebol na cultura: uma abordagem na geografia cultural**

O futebol muitas vezes não tem seus signos e práticas cuidadosamente estudadas. Há todo um pacote de informações na constituição da modalidade, desde as concepções dos seus clubes e torcidas, suas operações, acontecimentos, sua produção do espaço e entendimento. Desde antes da normatização da modalidade como esporte ele é carregado de significados e desdobramentos através da história. Nos campos da sociologia e da geografia é possível encontrar diversos estudos e análises compatíveis que tratam o futebol como parte constituinte da cultura brasileira. Segundo JESUS (2002, .52):

“Na condição de elemento central da cultura brasileira, o futebol tem sido capaz de gerar objetos marcantes na paisagem urbana, como os estádios, dotada de notável centralidade funcional e simbólica. Também se especializa na proliferação de campos de futebol e na intensa apropriação de espaços públicos para a prática informal deste esporte.”.

Muitas das imagens políticas do Estado brasileiro através dos tempos utilizam a modalidade como uma forma de identificar e centralizar a nossa cultura. Foi assim em diversos momentos e governos através do século XX e XXI. Os clubes por si só possuem história que merecem análise acadêmica e comparação entre eles, suas histórias provenientes da elite do sudeste ou dos trabalhadores de fábricas sulistas são também um recorte das várias disposições da sociedade brasileira e suas contradições.

Um dos objetivos desse trabalho é identificar essa cultura dentro do futebol, tão expressiva na realidade brasileira. Sua identidade, suas particularidades e seus desdobramentos muitas vezes influenciam a vida dos cidadãos nas mais diferentes escalas de análises. Em escala local, por exemplo, vemos os esquemas especiais de segurança pública e transportes nos dias de jogos, e em escala regional ou nacional, mudanças e adequações nas políticas públicas sejam educativas (no caso do ministério dos esportes) ou de infraestrutura (o caso das obras da copa financiadas pelo governo).

A análise da cultura do futebol perpassa desde seus símbolos até a sua própria produção do espaço, onde práticas relacionadas ao esporte muitas vezes são utilizadas como forma de reafirmar velhas ideias e pensamentos hegemônicos. Contextualizando com CASTELLS (2002), vemos que existem times que tem identidades legitimadoras, outros de resistência e outros se encaixam no projeto de identidade.

### **1.3. Metodologia**

O trabalho teve como metodologia a análise de bibliografia pertinente a geografia e aos estudos do futebol. Foram considerados vários trabalhos jornalísticos e um documentário durante a elaboração do trabalho. Na última parte, foram cruzados vários dados do IBGE com os preços apresentados no evento da Copa do Mundo FIFA 2014. Os temas do trabalho foram decididos durante a pesquisa e tentaram abarcar uma quantidade maior de temas através do panorama discutido da geograficidade do esporte futebol.

O trabalho também objetiva trazer o esporte para a discussão geográfica, uma vez que há uma necessidade evidente de entender as lógicas e dinâmicas por trás não só dos mega eventos, mas de toda uma simbologia inserida que será analisada.

## 2. Clubes, craques e torcidas

Três componentes são fundamentais para o entendimento do cenário do futebol moderno: os clubes como instituição, a torcida - que tem indivíduos que se sentem representados pela instituição- e os atletas - que são os representantes dos torcedores e posteriormente funcionários dos clubes. A transformação das lógicas de mercado e também das transformações políticas do século XX refletiram diretamente nas concepções dessa tríade. A conexão de ideais com torcidas provocou mudanças na atitude de populações, de forma a transformar o convívio social dentro e fora do campo.

No curso da história, as torcidas carregam os valores e ideais do time. Sua constituição tem caráter sólido e seguia preceitos ligados aos acontecimentos históricos que deram a cara aos grupos formadores dessas associações. Por certo caráter democrático, o imaginário do futebol atingia desde a aristocracia do fim do século XIX aos proletários das fábricas, unindo-os em prol da prática. Os trabalhadores fabris, mais especificamente, criavam, nesse contexto, lugares nos quais poderiam ser “melhores” que aqueles que os oprimiam. A vitória não era apenas um feito esportivo, significa que seus semelhantes eram capazes de vencer aqueles que os oprimiam em outros contextos de sua vivência.

O capital entende que a associação dos indivíduos é uma oportunidade de usar seus sentimentos de pertencimento, e com as narrativas de identidade, como HALL (2004) descreve, há uma grande adesão a esse sentimento de torcida ou até mesmo da formação de um gueto onde seus semelhantes estão juntos inclusive na prática esportiva. Os clubes, por sua vez, foram se tornando grandes corporações que ligados a dinâmica de acumulação flexível passaram a seguir mais lógicas neoliberais que esportivas. Há uma verdadeira distorção dos valores e ideais de um time, que experimentam funcionalizações em prol da dinâmica do capital. O futebol se transmuta, assim, de ócio em negócio.

Os grandes atletas, por sua vez, muitas vezes são marcas reconhecidas mundialmente com um alto valor econômico e sua *performance* em campo não é o mais importante. Sua exposição, sua imagem e seus atos passam a ter papel fundamental durante sua associação a grandes clubes. É necessário que exista uma grande estrutura midiática por trás de todo atleta de alto rendimento, em um clube de grande expressão econômica e projeção. O atleta é uma espécie de mercadoria viva da mídia e é também uma engrenagem do espetáculo por ser uma referência e símbolo para muitos.

## **2.1. O peso da camisa: a identidade relacionada à torcida**

O começo do século XX foi determinante para a prática esportiva, principalmente do futebol que rapidamente se difundiu por todo mundo. Sua capacidade de fácil espacialização e a simplicidade das regras aliada a prática organizada do aqui e agora (CAMPOS, 2009) fez com que a popularidade do jogo aumentasse e ganhasse muitos adeptos. A popularidade dos clubes do fim do século XIX os colocaria no século seguinte no ciclo de mercadoria além do ideal atlético clássico (JESUS, 2010). Vemos que existe uma hierarquia dos clubes, de reputação, economia e produção, seja ela atlética ou financeira, e várias organizações e instituições a fim de regulamentar todos esses aqui citados.

Ao analisarmos a história de vários clubes, seja em seus sites oficiais, livros e reportagens, vemos uma criação de uma narrativa de identidade, muito semelhante às nações e sua criação. Há uma necessidade de criação de pertencimento, já que muitas vezes os clubes em sua gênese eram associações de grupos com características semelhantes. Muitos daqueles que eram marginalizados na sociedade uniam-se para poder vencer aqueles que os oprimiam em campo, já que fora dele não conseguiam fazê-lo. A vitória tinha como significado a superioridade uma vez que aqueles que estão em campo representam todos aqueles que se identificam e apoiam o clube.

Os clubes em sua concepção tem seus ideais relacionados a sua origem, seja ela na várzea ou na aristocracia. A união dos indivíduos é clara como forma de resistência ao diferente, sua organização é importante para a autoafirmação daqueles que defendem suas cores e seus símbolos. Muitas vezes os gritos e canções do time não apenas apoiam seu time, mas também são ofensas a aqueles que são diferentes e com o passar o tempo, essa repetição passa a ser não reflexiva, já que muitos não entendem de onde veem as palavras que repetem (FOER, 2005).

A entrada do capital no jogo transformou profundamente a estruturação atlética dos clubes. A rotatividade dos jogadores entre os clubes do Brasil e do mundo mostram que há uma verdadeira negação e muitas vezes contradição aos valores originais. Não há um respeito pelas torcidas ou pela história inserida em um clube, há na verdade um respeito contratual financeiro com a empresa que investe no atleta. No Brasil, é importante considerar a criação da Lei Pelé (Lei nº 9615 de 1998), que regulamentou os processos contratuais dos atletas, dando a eles mais liberdade para tomarem decisões de onde e como iriam trabalhar para os clubes, e também regulamentou a sua saída deles.

No Brasil, a estada em território nacional dos grandes atletas atende a diversos interesses financeiros e, muitas vezes, os jogadores se tornam verdadeiras instituições com um valor agregado altíssimo. O Brasil

teoricamente deveria ter os maiores jogadores do mundo com o melhor campeonato, mas o que se vê é um retrato de desorganização e uma transformação nos valores de identidade dos clubes (FOER,2005). São bastante comuns notícias de jogadores que se destacam aqui e são exportados como uma especiaria para clubes riquíssimos de altíssimo de rendimento atlético. Vemos aqui que os clubes não se preocupam mais em manter uma unidade com sua origem, e sim, ter as melhores ferramentas disponíveis (nesse caso os jogadores) para atingirem os resultados que desejam e viabilizar objetivos e planos para além das quatro linhas.

## **2.1. Grandes clássicos: a rivalidade em jogo**

A partir da criação da narrativa do time e sua identificação, há sempre uma polarização entre a torcida que apoia esses valores e da torcida adversária que refuta essa narrativa. A exaltação desses valores é constante, e como já analisado, muitas vezes é uma forma de resistir e impor-se (mesmo que esportivamente) contra aquele que é diferente e o oprime.

Segundo CAMPOS (2008):

É através da identidade futebolística que os torcedores se aglutinam social e espacialmente em torno de um clube. O compartilhamento de representações sociais gera um sentimento de pertença, formando-se, assim, as torcidas, que tem por característica a negação dos outros clubes. (p.12)

Vemos que então a rivalidade é proveniente da negação, ou seja, os valores antagônicos aos do clube que o torcedor defende, independente de quais sejam. Os cantos, seus símbolos e camisas enaltecem seus valores em detrimento de todos os valores que o adversário tem.

O aparecimento da rivalidade não é acaso já que na própria história dos clubes vemos que as formas e os indivíduos que organizam essas equipes tinham características semelhantes no seu conjunto, e faziam do time uma resistência a todos aqueles antagônicos. FOER (2005) no capítulo dedicado a análise do cenário da “Velha Firma” escocesa mostra como o clube Celtic, que foi criado por um padre católico a fim de reunir seus semelhantes não só para a prática esportiva, tem laços estreitos com a criação do Rangers, time de origem protestante e antítese do católico. Essa rivalidade tem origem histórica devido ao embate das igrejas diferentes dentro da Escócia, e o futebol teve a capacidade de abarcar essas duas culturas antagônicas e unir vários povos de características semelhantes a um só momento. Quando Celtic e Rangers entram em campo, mesmo que contra outras equipes, os seus torcedores unem-se para afirmar seus valores e sua cultura.

No Brasil, não poderia ser diferente. Times de origem aristocrática e elitista possuem rivalidades centenárias com clubes de origem marginal e pobre. Os pobres procuram vencer os jogos a fim de se sentirem superiores de alguma forma em relação a aqueles que os oprimem e os ricos procuram reafirmar sua dominação e superioridade em relação aos trabalhadores. Esse embate gerava não só a ida dos semelhantes ao estádio para assistirem as partidas, como um interesse muito grande de todas as classes da sociedade. Posteriormente com o aumento do interesse da mídia e dos canais de comunicação, os principais jogos do campeonato, e as partidas mais expressivas aos torcedores foram chamados de clássicos.

O título de clássico (ou *derby*) é dado para a partida onde um clube enfrenta seu principal rival. No contexto moderno há todo um aparato midiático para reforçar esses momentos, que não estão restritos apenas aos jogos de clubes, mas também aos selecionados das nações. Durante o derby é esperado que a equipe tente tudo ao seu alcance para vencer o que os torcedores mais negam, e sua vitória constitui o símbolo de sua superioridade, mesmo que os atletas ali presentes não entendam ou participem desse conjunto de valores pregados por seus torcedores.

A modernização e a profissionalização do futebol tornaram-no poroso às apropriações do capital, transformando suas práticas. FOER (2005) no mesmo capítulo sobre a *old-firm*<sup>1</sup> mostra um exemplo evidente a isso, quando um jogador italiano católico marca um gol pelos Rangers, time protestante e comemora cantando fazendo os sinais de agressão aos católicos. Poucos são os times que restringem a entrada daqueles que são considerados diferentes. A disponibilidade de capital para as transferências fez com que clubes pagassem quantias astronômicas para contar com as habilidades dos mais variados atletas, independente de sua cultura. É expressivo quando observamos a quantidade de jogadores brasileiros atuando em todas as partes do globo. Os clubes considerados de ponta no final do século XX, são também não por acaso aqueles de maior receita e capital disponível. PRONI (2000) evidencia isso em seu livro “A metamorfose do futebol”, ao analisar as transferências e patrocínios dos quinze clubes mais rentáveis do final do século.

Na gênese do futebol, vemos como as rivalidades são importantes para a continuidade do espetáculo e também para a competitividade. A motivação em vencer aquele que o reprime é algo a mais no embate entre as forças, muitas vezes canalizada através do esporte.

---

<sup>1</sup> Old-Firm: jogo considerado o maior derby da Escócia disputado por Glasgow Rangers Football Club contra Celtic Football Club

### **2.3 Dos campos para as delegacias: As torcidas organizadas e o hooliganismo**

Depois de discutida a identidade da torcida, há um tópico bastante pertinente que é a violência atrelada as torcidas. Esta violência é o estado máximo do fanatismo pelo time, ou é uma produção social da interpretação desses fãs extremos? A violência é genérica sendo corriqueira aos dias de jogo ou é apenas em datas específicas do calendário esportivo? O holliganismo se espalhou pelo mundo de que forma?

Ao tentar impor seu ideal torcedor muitos dos ávidos fãs produzem uma nova significação no convívio social das torcidas. A ideia de violência atrelada aos estádios não é recente visto que na literatura encontramos referências a brigas em estádios no Reino Unido no século XIX. Segundo COSTA *apud* TOLEDO (1992): (p.125)

Tem sua origem ligada ao nome de uma família irlandesa que viveu em Londres no fim do século XIX [houlihan]. Devido às características de violência e de não-sociabilidade de seus membros, esse termo passou, gradativamente, a designar os jovens que se organizavam em gangues. (p.125)

A sua significação tem origem na ideia de violência e na ruptura da sociabilidade comum. Os países possuem formas diferentes de apropriação da violência das torcidas. Os documentários *The Real Football Factories* e *The Real Football Factories: Internacional*, da Tv britânica BRAVO-TV, produzido por Peter Day e Danny Dyer, mostra uma viagem através do mundo *holligan* da perspectiva das torcidas, como russos, britânicos, brasileiros, croatas e muitos outros povos exercem suas práticas de *hooliganismo* através dos seus espaços e suas implicações práticas no espaço representativo do futebol.

O Brasil possui uma forma muito particular da prática do chamado holliganismo. Diferente das torcidas europeias que se escondem por através das cidades e marcam confrontos para evitar o encontro com a polícia local, as associações daqui possuem sede fixa conhecida pela sociedade fora desse meio, identificação simbólica em camisas, bandeiras e cantos e até material de merchandising.

Ao estudar o comportamento das torcidas organizadas é importante ressaltar a análise anterior a esse tópico, que o futebol historicamente passou a ter apelo com todas as classes sociais e segmentos da sociedade. Seria incorreto acatar a visão midiática de que os torcedores que se organizam são todos marginais a sociedade. A violência tanto simbólica quanto física é um comportamento que não é próprio do ideal atlético do futebol de fato. Há todo um tratamento midiático para a veiculação dos acontecimentos ligados a esse

tipo de evento. Os próprios torcedores “não-organizados” demonstram que seu relacionamento com o clube é diferente daqueles que estão associados.

As torcidas organizadas possuem massas associativas grandes numericamente e muitas delas têm histórias de décadas de apoio aos seus clubes. O seu objetivo formal não é a violência e sim o ideal de torcer apaixonadamente pelo seu time. Há então o questionamento do que levaria os torcedores a tais atos.

No Brasil, dos anos oitenta para cá, sabe-se que o comportamento do torcedor nas arquibancadas dos estádios de futebol modificou-se consideravelmente. Esta modificação se deu segundo alguns pesquisadores, pelo surgimento de configurações organizativas de características burocrática/militar, fenômeno este essencialmente urbano que criou uma nova categoria de torcedor, ou seja, o torcedor organizado. Pimenta (2000) (p.10)

O futebol por si só não seria um fenômeno para o exercício da violência, mas um catalizador de todas as frustrações que os indivíduos estão submetidos pela sociedade individualista e também um meio de afirmar valores da identidade do time e valores sociais. Analisarei os três fatores que Pimenta (2000) enunciou como possíveis para explicar a violência das torcidas organizadas:

- a) A juventude cada vez mais esvaziada de consciência coletiva
- b) O modelo da sociedade de consumo instaurado no Brasil que valoriza a individualidade, o banal e o vazio
- c) O prazer e a excitação gerados pela violência ou pelos confrontos agressivos

O primeiro tópico mostra como a ideia de individualismo imposta pelo modelo neoliberal implica consequências diretas no convívio social. O “eu” me divertir é mais importante que o coletivo, ou seja, é aceitável o individual em detrimento do coletivo. Ao invés de priorizar a ocorrência e fluência do espetáculo, esses torcedores muitas vezes preferem brigar e fazer disso sua diversão.

O segundo tópico está diretamente relacionado ao primeiro, mas questiona o modelo social e o que ele ensina. Há um verdadeiro culto a futilidades e banalidades. Vejo o consumismo como um catalizador disso, onde os indivíduos pagam seu entretenimento e se acham no direito de fazer o que bem entendem, mesmo que isso rompa com o ethos do local no qual estão e rompa também com a conduta imposta por lei.

O terceiro tópico enuncia o calor da batalha como atraente para manter a continuidade da torcida organizada. A torcida organizada fantasia-se como a grande defensora das causas do time, digna de enfrentar os adversários

fisicamente para reafirmar toda a dominação do clube perante aos seus antagonistas.

Ainda sim, os torcedores dessas firmas possuem um código de honra e valores de moralidade das práticas entre eles mesmos. No documentário acima citado é evidente como os encontros violentos não são apenas trocas de agressões físicas, são também uma forma de se superiorizar ao outro, por isso segue preceitos que eles mesmos organizam um ethos das organizadas. Muitos não usam armas ou bombas, preferem lutar com as mãos nuas, mas com o passar o tempo a violência foi aumentando e a vontade de se impor ao outro precisou de medidas mais drásticas, o que explica o uso de armas nas lutas.

Na análise das organizadas vemos que não existe violência no futebol no sentido de o esporte ser violento ou dotado de agressividade natural. A modalidade é apenas o catalizador de um comportamento que rompe com o que é aceito socialmente, uma vez que o caráter de violência segundo Pedrazzini (2008) é visto como arcaico e bárbaro. Esta violência que é tratada com repulsa pela mídia, que procura defender os investimentos na modalidade, visto que esse pacote de informações negativas passa a ser um motivo de esvaziamento dos estádios e menos exposição de suas marcas.

#### **2.4. Jogadores: empresas e mercadorias**

Adotando aqui a perspectiva do esporte como entretenimento a ser consumido, esse tópico irá propor uma discussão sobre os astros, praticantes e peças do tabuleiro de grama: os jogadores. Mas não os jogadores ocasionais e praticantes recreacionais, e sim aqueles que mais encantam o mundo com seu alto rendimento. Os poucos que possuem qualidades atléticas diferenciadas são extremamente valorizados no mundo do esporte, atingindo um status de importância e exposição que pouquíssimas pessoas no mundo inteiro conseguem.

Como discutido anteriormente, muitos dos clubes estão ligados a união de indivíduos de características semelhantes como uma forma de resistência, onde a vitória esportiva é uma metáfora de superioridade ao rival, de forma a ser vitorioso contra aquele que oprime ou é ameaça por suas diferenças. Os jogadores antigos possuíam exatamente o perfil que o clube desejava, onde sua vivência, história, características estão diretamente conectadas a narrativa aquele povo em questão.

A inserção do capital e a mercantilização do atleta mudou completamente esse paradigma de que o jogador é um semelhante a aqueles que ele representa. Os clubes passaram a vender e comprar jogadores como se fossem mercadorias valiosíssimas. FOER (2005) em seu livro “Como o

futebol explica o mundo: um olhar inesperado sobre a globalização” dedica um capítulo a um fenômeno migratório acontecido na Ucrânia, onde vários nigerianos foram trazidos da África como a nova mercadoria de ponta do futebol, o clube ucraniano que não tivesse um africano em campo seria considerado atrasado no mercado futebolístico. Evidencia-se uma contradição, onde os jogadores não têm vínculo nenhum com a região onde estão inseridos, não sendo torcedores dos clubes em que vão jogar e nem falam o idioma local.

Diferente dos nigerianos tratados como mercadorias, temos também outros atletas de ponta que estão em um panorama diferente. São conhecidos mundialmente não só pelo seu futebol campeão, mas também por serem campeões de merchandising, vendas e propagandas. Atletas como Ronaldinho Gaúcho jovem que veio da periferia de Porto Alegre e tornou-se um dos maiores fenômenos de vendas que é patrocinado por várias empresas gigantes dos mais diversos ramos<sup>2</sup>. Não é difícil se deparar com algum produto que possui a imagem do jogador, seja ele esportivo ou não. Isso pode ser entendido como uma mercantilização e exploração máxima do jogador. O foco do atleta que é esporte é desviado para outros empregos e atribuições que ele passa a exercer, como garoto propaganda, modelo e muitas outras. A repercussão de suas ações extra-campo também tomam proporções midiáticas, maiores que as próprias competições que eles disputam. O próprio Ronaldinho, citado anteriormente, foi vinculado, pela mídia, a uma série de polêmicas e acontecimentos que nada têm a ver como o esporte em si.

## **2.5. Clubes: do idealismo ao empreendedorismo**

Os clubes já consolidados de todo mundo possuem história muitas vezes centenária. São anos de competição e tentativas de consolidação nos cenários no qual estão inseridos. A sua vitória significaria a vitória não só da instituição, como também da exposição do grupo que se identifica com seus ideais e disposições. Há uma clara relação entre criação e concepção da ideia do clube com o grupo associado, seus territórios e tempos.

A geografia com o entendimento do território e seus símbolos é bem expressiva ao tratar a criação das redes suas relações sociais e espaciais. No futebol não foi diferente. Muitos clubes possuem as cores que os identificam, seus patrimônios têm ligação direta com os indivíduos envolvidos no tempo.

O avanço do tempo fez com que os atletas deixassem de ser os únicos participantes direto da rotina atlética do time. Quando as associações esportivas passaram a ser também empresas há a transformação os funcionários do clube, que passa a funcionar como uma fábrica, com

---

<sup>2</sup> *Biografia disponível: [http://www.e-biografias.net/ronaldinho\\_gaucho/](http://www.e-biografias.net/ronaldinho_gaucho/)*

colaboradores, setores com funcionários de diferentes áreas do conhecimento e formação. O objetivo de maximizar o rendimento dos atletas fica evidente com a criação dessa nova estrutura de funcionamento. Profissionais como nutricionistas, professores de educação física, seguranças, motoristas e muitos outros passaram a fazer parte da rotina administrativa do time.

A sua relação com o espaço é simbolizada claramente pelo estádio. O local onde os times têm suas partidas não apenas são construções esportivas, mas fazem parte da arquitetura da cidade e interferem na sua vivência. A viabilização dos eventos esportivos não depende só dos clubes, mas também de uma ação do Estado como regulador do território e provedor da segurança. Vários episódios de violência estão associados aos estádios e assim forçaram uma intervenção de segurança, com esquemas diferenciados para os dias jogos, mudança no transporte público para facilitar o acesso aos estádios e muitos outros momentos.

Ao associar seu nome a várias marcas, os clubes encontraram uma nova forma de faturar mais com a imagem do clube. Produtos personalizados esportivos ou não são extremamente comuns no comércio brasileiro, onde inclusive várias marcas dedicam-se a associar clubes futebolísticos a seus produtos para impulsionar suas vendas e absorver esse mercado que possui vários adeptos. Marcas de grande sucesso financeiro como Nike e Adidas tem nos clubes que apoiam verdadeiras minas de ouro, onde suas camisas, chuteiras e outros são vendidos a preços exorbitantes constantemente.

E como tratado anteriormente a coisificação do atleta, ou seja, a sua transformação em mercadoria faz com que o clube seja o grande beneficiário da venda desses produtos valorizados. Jovens como Bernard, ex-jogador do Clube Atlético Mineiro, são vendidos a preços milionários batendo recordes econômicos.<sup>3</sup> Vemos então que diretores e grandes empresários passaram a lucrar muito com a qualidade atlética de outras pessoas.

## **2.6. Mercado profissional, administração amadora**

Como enunciado anteriormente, sabemos que o preceito de administração do futebol é amador. O objetivo dessa prática é evitar as interferências do mercado diretamente na dinâmica dos times. Esse preceito foi criado no século XIX ainda durante a expansão dos clubes no reino unido e segundo PRONI (2000) há uma grande resistência na mudança desse modelo.

---

<sup>3</sup> <http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2013/08/08/venda-de-bernard-se-torna-a-maior-negociacao-da-historia-do-atletico-mg.htm> acesso em 20/09/2014

O modelo amador de gestão é constituído de uma diretoria que não possui vínculo e não recebe recursos financeiros do clube. O presidente do clube brasileiro é na verdade uma espécie de voluntário, onde ele não recebe renda fixa, ele não é contratado como funcionário do clube. Eles são escolhidos através de votos de conselhos de investidores e acionistas, ou seja, os detentores do capital da associação esportiva. Cada time tem sua forma particular de administração, tanto de tempo como de projetos e quantidade de reeleições. Vemos que sem um parâmetro geral, muitos presidentes ficam por mandatos consecutivos a frente dos clubes. Com toda repercussão midiática que o esporte tem, muitas das decisões tomadas por esses administradores são discutidas e analisadas pela imprensa e suas declarações tem impactos claros na vivência do espaço do futebol.

Aqueles que administram os times não são pessoas com um passado apenas de torcedor. Segundo FOER (2005) muitos dos presidentes do futebol brasileiro são investidores do clube, pois a candidatura vem de membros do conselho de acionistas do time. A partir daí vemos que é de grande interesse dos investidores estarem dentro do clube. As negociações milionárias de passes de jogadores e direitos de transmissão são acompanhadas de perto por aqueles que injetam quantias significativas na máquina econômica do esporte.

Quando um atleta se valoriza e é posto no mercado de transferências é uma oportunidade óbvia para o clube e seus investidores lucrarem com suas vendas. Os direitos de transmissão são integralmente recebidos pelos clubes, mas a sua negociação é fundamental uma vez que as quantias recebidas são proporcionais ao impacto da audiência e a quantidade de partidas transmitidas pela emissora detentora dos direitos. Através da projeção de exposição, os times negociam com seus patrocinadores os valores recebidos, ou seja, times de grandes massas associativas expõem mais tempo as marcas, logo geram contratos maiores e tem mais opções durante esses processos.

Não podemos confundir amadorismo da direção com falta de profissionais. A instituição também é uma grande empregadora de profissionais especialistas de ponta. Em sua organização todo clube de alto rendimento tem um staff técnico capacitado para atender suas demandas que viabilizam a participação nas competições. A partir da década de 1930 foram exigidos médicos para cuidar dos atletas que se contundiam e garantir sua saúde (PRONI 2000). Obviamente com a vinda desse tipo de profissional toda uma nova infraestrutura, como centros de fisioterapia e de medicina voltadas ao ramo esportivo, então os clubes se modernizaram para garantir esse tipo de atendimento para os seus atletas. Importante notar também que a competitividade dos clubes muitas vezes é associada ao padrão de suas instalações, o profissionalismo e a qualidade de seu staff.

Apesar disso vemos que o quadro dos clubes brasileiros é problemático em relação ao que é assunto da administração. A principal dificuldade que os clubes atuais têm é o pagamento de impostos ao Estado. Ao passar dos anos, essa sonegação levou os clubes a uma dívida astronômica onde a maioria não consegue pagar os valores totais e juros. Normalmente uma empresa com grandes débitos declararia falência, mas não os clubes. Vários artifícios são criados por eles e pelo Estado para viabilizar uma maior arrecadação de dinheiro para os caixas do clube. O governo também faz trocas dos valores das dívidas dos clubes para o investimento em esporte <sup>4</sup>

Uma contradição a ser enunciada é a profissionalização dos diferentes trabalhadores envolvidos no espaço do futebol. Não só as diretorias são amadoras, mas profissionais de arbitragem também. Os atletas possuem uma legislação vigente de profissionalismo desde o começo do século XX, mas até em 2014 não há uma profissionalização desses envolvidos no esporte brasileiro. Os montantes relacionados ao futebol tornam-se então o atrativo para que investidores administrem os clubes. Antes de ser uma decisão por paixão, é uma decisão de negócios.

## **2.7.. A organização geopolítica da FIFA**

A *Fédération Internationale de Football Association*, ou FIFA, é uma organização criada em 1904 na Europa para organizar o esporte e criar um campeonato entre nações.<sup>5</sup> A FIFA então desde sua criação tem um caráter geopolítico, uma vez que dialoga e toma decisões para os vários países envolvidos em sua organização. As decisões então passam a ter não só caráter esportivo, mas como político e nacional. Apesar de ser uma organização francesa, hoje é ela regida pelas leis da Suíça, país onde está alocada atualmente.<sup>6</sup>

A organização então como órgão máximo da modalidade passa a ter uma importância nos cenários relacionados à prática esportiva do futebol. Ela impõe seus padrões, diretrizes e toma decisões baseados nos seus interesses e disponibilidades. Através deste trabalho viemos analisando como o futebol moderno é uma máquina econômica que faz com que o capital transite por diferentes países em diferentes câmbios e momentos.

---

<sup>4</sup> <http://congressoemfoco.uol.com.br/noticias/governo-negocia-perdao-de-r-4-bi-aos-clubes/>

<sup>5</sup> Fonte: <http://www.travinha.com.br/eventos-desportivos/149-copa-do-mundo-de-futebol/180-fifa-a-historia>

<sup>6</sup> Fonte: <http://pt.fifa.com/aboutfifa/organisation/index.html>

A partir da mudança da escala de atuação do esporte, muda-se também a organização que regulamenta as competições e decisões. Diminuindo as escalas no Brasil, por exemplo, todo estado tem sua federação de futebol (em Minas Gerais é FMF: Fundação Mineira de Futebol) que em escala nacional atende a CBF (Comissão Brasileira de Futebol) que está alocada na CONMBOL que regulamenta as decisões e competições a nível continental na América do Sul, e obviamente todas essas federações estão em funcionamento sob a diretrizes da FIFA.

O monopólio das competições esportivas faz que com haja uma necessidade de uma articulação através do espaço físico. A formação dessa complexa rede de operações torna a FIFA uma corporação internacional com ampla escala e influencia política e econômica. (CANETTIERI 2010). A característica econômica da modernidade do futebol faz com que as competições e decisões das suas organizações atendam demandas de diferentes estâncias do capital. Na própria Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil a articulação da operação do evento perpassava pela atuação de diversas mega corporações do capital.

A FIFA assim como a ONU também toma decisões políticas a partir da interação política das nações. Países conflituosos ou que são “mal-vistos” no cenário político sofrem sanções rigorosas da entidade, CANETTIERI (2010) cita que nações podem até ser banidas dessa interação do mundo futebolístico, lembrando que essa decisão não teria implicações somente atlético-esportivas, mas também de ordem econômica, política e identitária. O caminho contrário também pode ser feito através do esporte. Países como a Argélia, na década de 1950, para garantir seu reconhecimento como país disputou uma partida de futebol com um time de argelinos para construir sua identidade, que, segundo CAMPOS (2013) foi um passo fundamental para aceitação da nação na ONU.

Durante a análise podemos notar que a FIFA articula-se em rede por através do espaço de suas atuações. As federações que trabalham em menores escalas respondem as outras federações de maior escala, expressão e hierarquia e todas respondem a FIFA a nível internacional. Mesmo em instâncias menores suas decisões são acatadas e tem todo um aparato corporativista em questão para que suas decisões viabilizem os diversos atores sociais e econômicos envolvidos. O futebol moderno muito antes de ser disputado nas quatro linhas é um espaço de conflito e interesses, onde as identidades se encontram, e a porosidade de suas entidades ao capital permeia essas relações e as transformam e inserem dentro do espaço global.

### **3. A copa do mundo é nossa: o projeto do governo por trás do evento**

No ano de 2003 foi anunciado pela FIFA que a copa do mundo de 2014 seria sediada na América do Sul.<sup>7</sup> Posteriormente o Brasil foi apresentado pela CONMEBOL como único candidato a organização do grande evento. Em 2007 o país foi anunciado oficialmente como detentor da realização dos jogos de 2014. Dezoito capitais brasileiras se candidataram a receberem partidas e dessas, doze foram escolhidas seguindo critérios de infraestrutura que possibilitasse a execução das operações.

Como discutido anteriormente, o futebol deixa de ter uma importância esportiva pelo interesse para o capital. Ele passa a ser também um evento geopolítico transformador da identidade das nações e das comunidades. A FIFA como instituição passa a ter um poder geopolítico econômico fortíssimo, atraindo as grandes corporações e um grande capital de giro que é capaz de mudanças sensíveis na paisagem urbana dos territórios que irão conter seus eventos.

Com a escolha do Brasil para sediar a copa do mundo de 2014, é possível observar como a articulação dos espaços globais a que Milton Santos se referia. Durante o acontecimento dos jogos o território se transforma em um espaço global devido a sua organização que segue um padrão globalizado e não local e passa a ser foco do interesse não só midiático mas também social. A noção de tempo é alterada globalmente, já que o fuso horário do país passa a ser o principal durante os eventos.

Através da Copa do Mundo o governo atual do Brasil liderado pela presidente Dilma Rouseff, do Partido dos Trabalhadores, busca consolidar suas práticas e seu plano principal de governo e na continuidade dos projetos, muitos deles vindos do governo anterior de Luís Inácio Lula da Silva também do PT. Projetos como o PAC (programa de aceleração do crescimento) foram ampliados e até tiveram sua segunda versão como o PAC 2. Várias propostas em âmbitos diferentes foram feitas para justificar os custosos investimentos estatais. No site Portal da Copa onde o governo publica as informações pertinentes ao público em geral, existem várias opções que mostram que os investimentos feitos, onde categorias como turismo, mobilidade urbana, resoluções, decretos e até oportunidades de investimento. Segundo o documento de balanços da copa de 2013 foram movimentados só pelo turismo mais de R\$740 milhões, que mostra o fluxo de capital durante a realização deste mega evento.

---

<sup>7</sup> <http://www.brasilecola.com/educacao-fisica/a-escolha-brasil-como-sede-copa-2014.htm>

Os projetos de infraestrutura são o grande destaque das obras relacionadas ao planejamento da copa. O governo definiu sete categorias principais para o planejamento das ações, onde três ciclos foram datados para nortear os momentos desse plano. Através disso, o Estado regula o uso do seu espaço tanto do seu uso, como do seu fluxo, já que ele controlará quem administra e como os recursos serão direcionados, já que as parcerias utilizam projetos feitos pelo próprio governo. Durante os processos de construção dessas estruturas, o espaço urbano será transformado e os símbolos dessa política serão evidentes no espaço da cidade sede.

### **3.1 A construção de estádios: contradições dentro do espaço**

Os símbolos mais significativos transformados no espaço urbano são os estádios. Os espaços requeridos para sediar os eventos em questão são casas de arquitetura marcante e foi necessário uma renovação dessas estruturas. O famoso padrão FIFA entrou em ação, um conjunto de ações que melhoraria a qualidade, segurança e operacionalidade dos estádios do Brasil. Mas não apenas obras das estruturas dos campos, mas também diversas obras de infraestrutura desde a mobilidade urbana, questões de comunicação e TI e também obras de segurança pública. Há a necessidade de se consolidar um legado do evento para a população, que questionou o direcionamento do fluxo de recursos e a prioridade deles nos planos do governo vigente.

As obras foram amplamente divulgadas pela mídia pelos atrasos na entrega dos estádios. O planejamento incluía o término de obras de doze estádios multifuncionais até a copa do mundo, sendo que seis seriam entregues um ano antes para o evento da Copa das Confederações, que também foi definido como evento teste de operação dos estádios.<sup>8</sup> Foram estabelecidos três critérios para transmissão de recursos: parcerias privadas, gestão pública e PPP (parceria público-privada)

Os estádios de gestão pública serão administrados pelo governo do estado respectivo e sua construção foi inteiramente financiada pela União. É caso das cidades de: Brasília, Rio de Janeiro, Manaus e Cuiabá. Foram direcionados R\$3,5 bilhões para execução das obras. As PPPs foram feitas em: Belo Horizonte, Salvador, Fortaleza, Recife e Natal e foram dispensados R\$2,9 bilhões em financiamentos. Os investimentos privados contabilizaram R\$ 1,5 bilhões para as cidades de São Paulo, Curitiba e Porto Alegre, nas quais o governo atuou através do BNDES com o fundo da Copa.

---

<sup>8</sup> (1): Disponível documento balanço da copa: [www.portaldacopa.org.br](http://www.portaldacopa.org.br)

Vemos que há uma disposição do governo em financiar essas execuções, mesmo sendo bastante pesadas para os cofres públicos. A iniciativa privada contou com uma intervenção grandiosa do Estado para realização dos seus interesses. Há uma contradição inerente ao uso do território, que é questionável principalmente no que afeta a execução construção de novos estádios. O destino dos recursos demonstra a inabilidade do governo de se contrapor ao grande capital corporativista. O questionamento é a prioridade. Quais são as intenções do governo com a agenda relacionada a esse grande evento?

Vemos que empresas estatais também foram beneficiadas nos projetos de infraestrutura. A Telecom, Anatel receberam grandes investimentos para o desenvolvimento de telecomunicações e TI, empresas de energia também receberam isenção de impostos para facilitarem suas operações.

Os grandes estádios aparecerem como as maiores transformações propostas pelo governo, e claro tomaram proporções midiáticas e são alvos de equívocos variados. Não são apenas os únicos investimentos nos quais o Estado executou e sim todo um pacote estruturado para que haja um legado do grande evento e valide as práticas dos atuais governantes e seu plano ideológico.

### **3.2. A força de trabalho**

Um dos pontos a serem ressaltados durante todos os projetos anteriormente enunciados é aonde se encaixa o contingente de trabalhadores necessários para garantir o acontecimento de tantos projetos. Uma das grandes bandeiras do governo é a criação de um número significativo de empregos diretos, indiretos, temporários e permanentes.

A capacitação de profissionais é também destaque de algumas categorias contempladas, já que uma parte dos recursos previa investimentos na chamada educação profissionalizante. A atração de novos negócios também é uma incentivadora da criação de empregos. O Governo contabilizou R\$1,1 bilhão de contratos assinados para o período da Copa das Confederações, sendo que o fundo Pronatec Copa, que serve para treinamento de pessoas, irá capacitar 92 mil funcionários.

A categoria do turismo merece destaque, já que o investimento em capital humano é bastante expressivo. As acomodações para turistas receberam grandes financiamentos do governo sob a justificativa de que a hotelaria brasileira precisava ser modernizada; a partir daí há uma consolidação da justificativa da geração de empregos como fator determinante para as ações de liberação de recurso.

Uma contradição a ser enunciada é o centro de voluntários que a FIFA organiza em todos seus eventos. A entidade faturou R\$10 bilhões com a copa de 2014, ainda sim organizou um grande contingente de funcionários voluntários para trabalharem em suas demandas dentro dos estádios.<sup>9</sup> O grande público fica atraído pela ideia de participar ativamente das partidas, combinado a isso, grande empresas patrocinam o centro com materiais diversos de marcas como Adidas e Coca-Cola, tornando ainda mais atrativos a vinda desses voluntários. Um dos eventos mais rentáveis do planeta conta com quase 40 mil voluntários, ou seja, mais de três mil trabalhadores por cidade sede irão exercer funções diversas para recepção e hospitalidade de turistas em troca de souvenirs, brindes e entradas para as partidas da copa.

A apropriação massiva do capital humano pelo evento é bastante expressiva devido à grande necessidade da execução de variados projetos. Vemos também contradições forte como uma entidade que faturará na casa dos bilhões utilizar de força de trabalho voluntária. Sobre a premissa da criação de empregos o governo carrega a bandeira que é justificável a quantidade de investimentos e o aquecimento da economia.

### **3.3. Preços e renda: quem pode consumir a copa in loco?**

Um questionamento levantado sobre a vinda do mundial para o Brasil é: quem poderá efetivamente frequentar os estádios? Os preços serão exorbitantes a ponto de apenas as classes ricas serem capazes de pagá-los? Os serviços básicos dentro do estádio serão taxados? Quais produtos serão vendidos?

---

<sup>9</sup> Fonte: <http://placar.abril.com.br/materia/o-mundial-dos-records-fifa-deve-faturar-r-10-bilhoes-com-copa-2014>

## Preços de ingressos individuais

Público doméstico

<b>PARTIDA</b>	<b>CAT 1</b>	<b>CAT 2</b>	<b>CAT 3</b>	<b>CAT 4</b>	<b>CAT 4 (DESCONTADOS)</b>	<b>INGRESSOS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA</b>
Partida de abertura (N°1)	R\$ 990	R\$ 660	R\$ 440	R\$ 160	R\$ 80	R\$ 440
Fase de grupos (N°2 a 48)	R\$ 350	R\$ 270	R\$ 180	R\$ 60	R\$ 30	R\$ 180
Oitavas de final (N°49 a 56)	R\$ 440	R\$ 330	R\$ 220	R\$ 110	R\$ 55	R\$ 220
Quartas de final (N°57 a 60)	R\$ 660	R\$ 440	R\$ 330	R\$ 170	R\$ 85	R\$ 330
Semifinais (N°61 e 62)	R\$ 1,320	R\$ 880	R\$ 550	R\$ 220	R\$ 110	R\$ 550
Decisão do terceiro lugar (N°63)	R\$ 660	R\$ 440	R\$ 330	R\$ 170	R\$ 85	R\$ 330
Final (N° 64)	R\$ 1,980	R\$ 1,320	R\$ 880	R\$ 330	R\$ 165	R\$ 880

Os preços dos ingressos estão em Reais e incluem os impostos do Brasil.

Figura 1: preço dos ingressos para público doméstico. <sup>10</sup>

Na figura acima vemos os preços dos ingressos para o público brasileiro. Foram definidas quatro categorias de lugares nos estádios, onde os preços são fixados pela entidade. Ao analisarmos esses preços é possível observar que há uma amplitude expressiva entre as fases da competição e uma hierarquia espacial definida, onde os maiores preços são dos melhores assentos disponíveis no próprio padrão da entidade.

Deve-se ressaltar que a categoria mais barata possui menos assentos disponíveis no estádio e a demanda foi grande, já que a venda de tickets terminou rapidamente nas quatro fases de venda e foram alocados mais de 3 milhões de ingressos nas 64 partidas previstas no mundial<sup>11</sup>. A figura 2 mostra o estádio Mineirão e como são distribuídos as categorias através das arquibancadas, onde cada quadrado é um setor e cada cor uma categoria. Vemos que existem apenas seis dos setores da categoria mais acessível contra mais de trinta da categoria de maior valor.

<sup>10</sup> <http://pt.fifa.com/worldcup/organisation/ticketing/prices-matches/index.html>

<sup>11</sup> [www.pt.fifa.com/worldcup/organisation/ticketing/ticket-information/sale-phases/index.html](http://www.pt.fifa.com/worldcup/organisation/ticketing/ticket-information/sale-phases/index.html)



Figura 2: Setores organizados por categorias no estádio Mineirão

Outro ponto a ser tratado é a excludente negociação de compras para o atendimento a um patrocinador do evento. Os clientes da corporação de cartões de crédito VISA tem preferência, e a compra é possível apenas através dessa prestadora de serviços, torna-se então um critério excludente, já que o acesso ao crédito a classes inferiores é dificultado, uma vez que suas movimentações bancárias são mais inexpressivas. Vemos também a presença do capital especulativo aqui, mediando as transações e taxando seus interesses nas diversas operações que aconteceram no período de alocação dos ingressos.

Na primeira tabela foi comparada a renda per capita por cidade sede dos jogos com o preço dos ingressos da fase de grupos. Através do cálculo podemos visualizar quanto a compra de um ingresso comprometeria a renda de uma pessoa. Os dados foram extraídos do censo de 2010 do IBGE. Observamos que há um preço razoavelmente acessível para as diversas rendas das cidades sede. O ingresso da categoria D, apesar de menor número não comprometeria mais que 10% da renda média per capita de nenhuma das cidades observadas. Mas ao subirmos até a categoria máxima (e que tem a maior quantidade de ingressos disponíveis) apenas o sul e sudeste comprometem menos de 30% de sua renda para a compra, ainda sim ficam bastante próximos dos mesmos 30% citados. No norte, nordeste e centro oeste o torcedor poderia comprometer entre 30% a 50% de sua renda.

A segunda tabela mostra os jogos das fases mais avançadas, onde a demanda sobe e as atenções dos jogos se concentram. Nesta fase o número de cidades sede caiu de doze para oito. Foram excluídas as cidades de

Manaus, Cuiabá, Natal e Curitiba. O aumento dos preços é baixo e as categorias apresentam uma amplitude alta. A categoria de maior disponibilidade oscila de 30% a 65% de comprometimento da renda analisada em questão. Nas fases de quarta de final vemos que a principal categoria chega comprometer quase 100% da renda média das cidades sede em questão. Na fase de semi-final apenas a categoria D não comprometeria metade da renda média dos habitantes das cidades sede, e a categoria principal chega a ser duas vezes o valor que os cidadãos dispõem. A fase final no Rio de Janeiro é que possui os maiores valores, comprometendo até três vezes o valor da renda média do país e uma vez e meia a renda carioca.

O objetivo dessa análise estatística é evidenciar e discutir para quem está disponível o consumo do espetáculo esportivo. A média aritmética achata os valores extremos, apesar disso é possível localizar um valor descritivo que represente o universo analisado em questão.

	RENDA MÉDIA PER CAPTA (R\$)	PORCENTUAL DA RENDA COMPROMETIDA NA COMPRA DE INGRESSOS DA FASE DE GRUPOS (%)			
		Categoria D	Categoria C	Categoria B	Categoria A
PREÇO GERAL (R\$)		60	180	270	350
<b>BRASIL</b>	668	8,98	26,95	40,42	52,39
SALÁRIO MÍNIMO	724	8,28	24,86	37,29	48,34
<b>SUDESTE</b>					
BELO HORIZONTE	1226	4,89	14,68	22,02	28,54
SÃO PAULO	1180	5,08	15,25	22,88	29,66
RIO DE JANEIRO	1204	4,98	14,95	22,43	29,06
<b>NORDESTE</b>					
FORTALEZA	701	8,56	25,68	38,52	49,92
NATAL	803	7,47	22,42	33,62	43,58
RECIFE	894	6,71	20,13	30,20	39,14
SALVADOR	786	7,63	22,90	34,35	44,52
<b>NORTE</b>					
MANAUS	641	9,36	28,08	42,12	54,6
<b>SUL</b>					
CURITIBA	1273	4,71	14,14	21,21	27,49
PORTO ALEGRE	1431	4,19	12,58	18,87	24,45
<b>CENTRO-OESTE</b>					
CUIABÁ	930	6,45	19,35	29,03	37,63
DISTRITO FEDERAL	1404	4,27	12,82	19,23	24,92

Tabela 1: Relação entre preço dos ingressos e porcentagem da renda média per capita na fase de grupos

Tabela 2: Relação entre preço dos ingressos e porcentagem da renda média per capita na fase de abertura e de oitavas de final

			<b>PORCENTUAL DA RENDA</b>	<b>COMPROMETIDA NA COMPRA</b>	<b>DE INGRESSOS DA FASE</b>	<b>DE ABERTURA</b>
	<b>RENDA MÉDIA</b>		Categoria D	Categoria C	Categoria B	Categoria A
PREÇO GERAL (R\$)	<b>PER CAPTA (R\$)</b>		160	440	660	990
<b>BRASIL</b>	668		23,95	65,87	98,80	148,20
SALÁRIO MÍNIMO	724		22,10	60,77	91,16	136,74
<b>SUDESTE</b>						
SÃO PAULO	1180		13,56	37,29	55,93	83,90
			<b>PORCENTUAL DA RENDA</b>	<b>COMPROMETIDA NA COMPRA</b>	<b>DE INGRESSOS DA FASE</b>	<b>OITAVAS DE FINAL</b>
	<b>RENDA MÉDIA</b>		Categoria D	Categoria C	Categoria B	Categoria A
PREÇO GERAL (R\$)	<b>PER CAPTA (R\$)</b>		110	220	330	440
<b>BRASIL</b>	668		16,47	32,93	49,40	65,87
SALÁRIO MÍNIMO	724		15,19	30,39	45,58	60,77
<b>SUDESTE</b>						
BELO HORIZONTE	1226		8,97	17,94	26,92	35,89
SÃO PAULO	1180		9,32	18,64	27,97	37,29
RIO DE JANEIRO	1204		9,14	18,27	27,41	36,54
<b>NORDESTE</b>						
FORTALEZA	701		15,69	31,38	47,08	62,77
SALVADOR	786		13,99	27,99	41,98	55,98
RECIFE	894		12,30	24,61	36,91	49,22
<b>SUL</b>						
PORTO ALEGRE	1431		7,69	15,37	23,06	30,75
<b>CENTRO-OESTE</b>						
DISTRITO FEDERAL	1404		7,83	15,67	23,50	31,34

			PORCENTUAL DA RENDA	COMPROMETIDA NA COMPRA	DE INGRESSOS DA FASE	QUARTAS DE FINAL
	RENDA MÉDIA		Categoria D	Categoria C	Categoria B	Categoria A
PREÇO GERAL (R\$)	PER CAPTA (R\$)		170	330	440	660
<b>BRASIL</b>	668		25,45	49,40	65,87	98,80
SALÁRIO MÍNIMO	724		23,48	45,58	60,77	91,16
<b>SUDESTE</b>						
RIO DE JANEIRO	1204		14,12	27,41	36,54	54,82
<b>NORDESTE</b>						
FORTALEZA	701		24,25	47,08	62,77	94,15
SALVADOR	786		21,63	41,98	55,98	83,97
			PORCENTUAL DA RENDA	COMPROMETIDA NA COMPRA	DE INGRESSOS DA FASE	SEMI FINAIS
	RENDA MÉDIA		Categoria D	Categoria C	Categoria B	Categoria A
PREÇO GERAL (R\$)	PER CAPTA (R\$)		220	550	880	1320
<b>BRASIL</b>	668		32,93	82,34	131,74	197,60
SALÁRIO MÍNIMO	724		30,39	75,97	121,55	182,32
BELO HORIZONTE	1226		17,94	44,86	71,78	107,67
SÃO PAULO	1180		18,64	46,61	74,58	111,86
			PORCENTUAL DA RENDA	COMPROMETIDA NA COMPRA	DE INGRESSOS DA FASE	DISPUTA DE 3º LUGAR
	RENDA MÉDIA		Categoria D	Categoria C	Categoria B	Categoria A
PREÇO GERAL (R\$)	PER CAPTA (R\$)		170	330	440	660
<b>BRASIL</b>	668		25,45	49,40	65,87	98,80
SALÁRIO MÍNIMO	724		23,48	45,58	60,77	91,16
SÃO PAULO	1180		14,41	27,97	37,29	55,93
			PORCENTUAL DA RENDA	COMPROMETIDA NA COMPRA	DE INGRESSOS DA FASE	FINAL
	RENDA MÉDIA		Categoria D	Categoria C	Categoria B	Categoria A
PREÇO GERAL (R\$)	PER CAPTA (R\$)		330	880	1320	1980
<b>BRASIL</b>	668		49,40	131,74	197,60	296,41
RIO DE JANEIRO	1204		27,41	73,09	109,63	164,45

### **3.4 Atendendo demandas: o caso da venda de cerveja**

Um caso a ser analisado de atendimento de exigências da FIFA e de patrocinadores deve ser analisado com um pouco mais de detalhe. A lei nº10.671 de maio de 2003 também conhecida como estatuto do torcedor assegurava diversos direitos e obrigações dos torcedores frequentadores dos estádios de futebol. Um das proibições mais conhecidas é a da venda de bebidas alcoólicas dentro do evento esportivo.

A justificativa principal para o banimento da bebida alcoólica nos estádios era a questão da segurança dos torcedores e a prevenção de violência. Depois de variados incidentes de brigas entre torcidas, o governo decidiu que seria mais seguro não vendê-las para proteger o torcedor pacífico daqueles considerados de comportamento agressivo e perigoso. Observamos aqui a visão de que o álcool seria o responsável por toda a violência que acontecia nos estádios, mas como analisado anteriormente, o futebol não é violento por sua natureza e sim um catalizador dos problemas externos a ele.

Quando a presidente Dilma sancionou a Lei Nº 12.663 de junho de 2012 que dispunha os tópicos para o acontecimento dos eventos Copa das Confederações FIFA 2013, Copa do Mundo FIFA 2014 e o evento religioso Jornada Mundial da Juventude 2013, a corporação Ambev, grande produtora de alimentos do ramo de bebidas, através de duas de suas marcas de cerveja garantiu a participação das marcas Brahma e Budweiser dentro dos jogos da copa do mundo, uma vez que a lei dava respaldo à organização FIFA para decidir quais produtos ela gostaria de vender nos dias dos eventos.

Este acontecimento mostra a capacidade do capital de pressionar instituições e o governo para que sejam atendidas suas demandas. Para a injeção de uma quantidade de capital para a realização do evento, o governo precisou sancionar uma lei que os favorece e possibilitasse a vinculação e distribuição de seus produtos. O interesse não só de vendas mas de exposição tornou extremamente atrativo para todos que conseguirem se envolver diretamente nas partidas. A porosidade do governo, a presença dentro das instituições e a fragilidade das forças políticas viabilizam essas mudanças bruscas, mesmo que momentâneas ( a lei da copa só permitia a venda de bebida alcoólica em eventos oficiais da FIFA entre 2013 e 2014). A perversidade é evidente na vontade política do capital de estar acima da lei, ou mesmo dobrá-la para que suas práticas sejam ainda mais consolidadas e viabilizadas.

#### **4. Considerações Finais**

O futebol muito mais que um evento esportivo ou de entretenimento é um campo de aplicação de várias ideias geográficas. As narrativas das nações e o sentimento de pertencimento a elas se externaliza fortemente durante as partidas. Os signos que as constituem, mesmo que em uma reprodução não reflexiva demonstram a essência de povos que tem sua própria cultura e querem se inserir nos contextos de modernidade local. Ele não é violento por natureza ou traz a ideia de natureza, mas faz alegorias a ela e nos momentos de sua prática, catalisa desde ideais de resistência, frustrações, reafirmações de identidade ou tem como funcionalidade alegrar e divertir o convívio social.

Há uma evidente transformação nos ideais administrativos futebolísticos modernos. As práticas acumulação flexível e a mudança estrutural que os clubes sofreram, muitas vezes confundiram e até transgrediram o que culturas tinham engendradas no seu imaginário. A metáfora da aniquilação do oponente aqui é oportuna, já que a vitória no campo dispensava o seguimento dos seus ideais mais consolidados. Devido a mercantilização dos atletas e a espetacularização da prática de alto rendimento, o capital se apropriou fortemente dentro das estruturas da modalidade a fim de consolidar suas práticas em mais um âmbito.

Os governos usam o futebol como uma ferramenta política para consolidarem suas práticas. Sua organização também tem a ver com a coesão social, já que a vitória do time significa a vitória de todos e sua derrota um peso para os torcedores. (CANNETIERI, 2010) Esses torcedores mostram seus laços com seus times de forma que expressem sua afinidade com aqueles valores e sua identificação com a espacialidade que o clube ou seleção possui. Vários momentos de comoção nacional sejam eles positivos ou negativos podem ser exemplificados. Até os mais descrentes em sua nação e nacionalidade se unem novamente as suas cores e ideais.

A copa do mundo FIFA 2014 no Brasil consolida-se como um mega evento que produz e aproveita-se das contradições dos usos do território. Através de um conjunto de práticas advindas dos planos do governo, o evento tornou-se uma justificativa para que se continuem e fortaleçam essa política. Obviamente a lógica corporativista por trás mais do que nunca está diretamente sendo atendida e engrandecida.

O trabalho possui relevância social no auxílio ao entendimento as questões pertinentes a vivência do esporte. O acontecimento do futebol se deu e dá para além das quatro linhas e sua importância na cultura brasileira é grande devido a sua identificação com a constituição do próprio brasileiro. O futebol deve ser pensado como um acontecimento na vida dos brasileiros, onde cidades param para acompanhar esses momentos esportivos. A sua importância e

proximidade com as comunidades de diferentes origens torna o futebol uma grande mistura de valores e sentimentos que se identificam, especializam e reproduzem por através do tempo.

## 5. Referências bibliográficas

BRASIL. Lei n. 10.671, de maio de 2003. Dispõe sobre o estatuto de defesa do torcedor e dá outras providências.

BRASIL. Lei n. 12.663, de 5 de junho de 2013. Dispõe sobre as medidas relativas a Copa das Confederações FIFA 2013, a Copa do Mundo FIFA 2014 e a jornada mundial da juventude – 2013.

BRASIL ESCOLA. A escolha do Brasil como sede da copa 2014. Disponível em: <http://www.brasilecola.com/educacao-fisica/a-escolha-brasil-como-sede-copa-2014.htm> acesso em 10/10/2104

CAMPOS, Fernando Rosseto Gallego. Geografia e Futebol? Espaço de representação do futebol e rede sócio-espacial do futebol. Revista Terr@ Plural. Ed. Terra Plural. 2008

CAMPOS, Israel. Geografizando o futebol: do local ao global. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, 2013

CANNETIERI, Thiago. A Importância Geopolítica do Futebol, PUC –MG 2010.

CASTELLS, Manuell. O poder da identidade. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CUNHA, Fábio Aires. Origem, evolução e composição das torcidas. Disponível em: <http://www.fcunha.com.br/artigo/Origem%20evolucao%20e%20composicao%20das%20torcidas.htm> acessado em 20/09/2014.

FACTORIES, The real Hooligan. Direção: Peter Day. Produção: Danny Dyer . CNN/Bravo, 2008

FOER, Franklin. Como o futebol explica o mundo: um olhar inesperado sobre a globalização. Rio de Janeiro: Zahar, 2005

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós modernidade. Rio de Janeiro: DP&A. 2004

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Governo Brasileiro. 2014. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php?lang=>. Acesso em 15/10/2014

INTERNACIONAL, The real Hooligan Factories. Direção: Peter Day. Produção: Danny Dyer . CNN/Bravo, 2009

JESUS, Gilmar Mascarenhas de. Várzeas, operários e futebol: uma outra geografia. Geographia– Revista do Programa de Pós-Graduação em

Geografia da Universidade Federal Fluminense, Niterói, v. 4, n. 8, p. 84-92, 2002.

JESUS, Gilmar Mascarenhas de. A geografia e os esportes: uma pequena agenda de grandes horizontes. Conexões: Revista da faculdade de Educação Física da UNICAMP v.1, n.2. p.47-61 Ed. Unicamp, Campinas. 2002

MINISTÉRIO DOS ESPORTES. Governo Brasileiro. Disponível em: [www.esporte.gov.br](http://www.esporte.gov.br). Acesso em 14/08/2014

MINISTÉRIO DOS ESPORTES. Governo brasileiro. [www.copa2014.gov.br](http://www.copa2014.gov.br). 2014. Acesso em 14/08/2014

PEDRAZZINI, Yves. A violência das cidades tradução de Giselle Unti. Ed. Vozes. Rio de Janeiro. 2006

PIMENTA, Carlos Alberto Máximo. Torcidas organizadas de futebol: Identidade e identificações, dimensões cotidianas. PUC- SP, São Paulo. 2000

PRONI, Marcelo Weishaput. A metamorfose do futebol. Ed. Unicamp. Campinas, 2000.

TOLEDO, Luiz Henrique. Torcidas Organizadas de futebol. Campinas, SP: Autores Associados/Anprocs, 1996 – Coleção: Educação física dos Esportes. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=kJdwp597SWwC&pg=PA125&lpg=PA125&dq=termo+hooligan+origem&source=bl&ots=xBaGYjJjk6&sig=sndcHTwHT9vs3eJlrOixwduzmvw&hl=pt-BR&sa=X&ei=bICNVKTCPMm0ggT3o4DACQ&ved=0CDIQ6AEwAw#v=onepage&q=termo%20hooligan%20origem&f=false> acesso em 20/09/2014