



## ENTRE MURETAS E MATCHES: DISPUTAS E NARRATIVAS HEGEMÔNICAS NA PRODUÇÃO SIMBÓLICA DA PAISAGEM ATRAVÉS DO SANTOS F.C.

Rodrigo Accioli Almeida <sup>1</sup>

### RESUMO

Esse trabalho visa elucidar o processo de produção simbólico hegemônico que utiliza o Santos FC para ser expresso. Para tal, através dos preceitos da Nova Geografia Cultural, analisamos o sistema de símbolos para além do entorno do estádio Urbano Caldeira, a “Vila Belmiro”, abarcando toda a cidade de Santos-SP. Em boa medida, o trabalho entende o Santos FC e seu estádio como símbolos dentro de um sistema maior, metonímico, cuja extensão abarca toda a área urbana de seu município sede, com intencionalidades relacionadas à formação identitária do morador à cidade. De forma a investigar qual o negativo do discurso hegemônico, é apresentada na dissertação a formação socioespacial da cidade, visando elencar episódios e personagens históricos capazes de apontar outras narrativas, assim como o embasamento ao discurso elitista. Por conta do contingente de torcedores maior em São Paulo, o trabalho também analisa as dificuldades de deslocamento da paisagem por parte da torcida do Santos FC na capital, suas territorialidades intermitentes, espaços de sociabilidade e encontros em meio a uma realidade distinta à vivenciada na cidade litorânea. Por fim, o trabalho também faz uma defesa do futebol como objeto de estudo da Geografia dada a sua relevância no cotidiano da população de Santos e de qualquer outro município brasileiro onde haja duas metas, um campo e uma bola.

**Palavras-chave:** Paisagem, Formação Socioespacial, Produção Simbólica, Lugar, Futebol, Santos FC.

### ABSTRACT

This work means to elucidate the hegemonic symbolic production process that uses Santos FC to be expressed. For that, through the New Cultural Geography precepts, this dissertation means to analyze the symbol system apart from Urbano Caldeira stadium – ‘Vila Belmiro’ - surroundings covering all the city of Santos-SP. To a large exchange, this work studies Santos and its stadium as symbols inside a greater system, metonymic, which extension covers all the urban area of its municipality with intentionalities related to the resident’s identity formation with the city. In way to investigate the hegemonic negative speech, it’s presented here the city’s sociospatial formation, aiming to list historical characters and episodes capable to show different narratives so as the elite speech background. Due the greater football fans’ numbers in Sao Paulo, this text analyzes all difficulties in landscape shifting by Santos FC fans in the capital city, their intermittent territorialities, sociability and meeting spaces in the middle of a distinct reality than the coastal city lived one. Finally, this work defends football as Geography study’s object by its Santos’ population daily relevance as any other Brazilian city with two goalposts and a ball.

**Keywords:** Landscape, Sociospatial Formation, Symbolic Production, Place, Football, Santos FC.

---

<sup>1</sup> Aluno do curso de doutorado no Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana do Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. E-mail: [rodrigo.almeida@usp.br](mailto:rodrigo.almeida@usp.br).



## INTRODUÇÃO

Futebol. Um dos fenômenos culturais mais importantes do século XX se espalhou pelo Brasil saindo das praias litorâneas até os rincões mais escondidos do interior. Como uma onda, levou sentimentos e mudou subjetividades por onde foi introduzido e assim passou a ser parte do cotidiano e do imaginário popular. Dentro dessas questões subjetivas, é sensível como o futebol tornou-se um elemento criador de identidade (TOLEDO, 2010), sendo um símbolo de uma determinada comunidade urbana (BALE, 2000).

Essa relação entre o caráter simbólico de um estádio de futebol e seu entorno foi pouco estudado na ciência geográfica, embora ritualizações, cores e músicas irrompam pelas ruas e trilhos das cidades durante os dias de jogos dos principais clubes locais. Portanto, o intuito desse trabalho é elucidar a maneira como o clube de futebol, como elemento simbólico, pode ser mobilizado dentro de discursos e narrativas de grupos políticos. Assim, a análise da construção simbólica é capaz de elucidar relações de poder e um sistema simbólico, no qual o clube de futebol é inserido, funciona como uma textualidade paisagística (DUNCAN, 2004). Nessa paisagem produzida, estão expressos símbolos materiais e símbolos imateriais, discursos e narrativas, que são de domínio da elite econômica. Assim, a hegemonia da produção simbólica da paisagem é realizada pelos agentes com maiores recursos financeiros e influência política naquele lugar, apontando que os meios de produção simbólicos estão com quem detém os meios de produção das mercadorias.

Como estudo de caso, esse trabalho observa a produção simbólica e os discursos produzidos pela elite santista através do Santos FC. A escolha do clube se deu pelo fato de não haver outra agremiação que ponha em disputa a relação identitária entre a cidade e o time, pois o Santos FC é o único de relevância nacional em sua região. De modo a realizar a análise da produção simbólica, utilizam-se os preceitos da Nova Geografia Cultural, com a observação de um sistema de símbolos abarcando toda a cidade de Santos-SP, indo além do estádio da Vila Belmiro e das dependências do clube. Portanto, esse trabalho entende o Santos FC e seu estádio como símbolos dentro de um sistema maior, metonímico, cuja extensão abarca toda a área urbana de seu município sede, com



intencionalidades relacionadas à formação identitária do morador à cidade. Essa relação ocorre devido ao fato das intencionalidades

O trabalho se insere dentro de uma perspectiva geográfica de modo a pensar em como tensões, desigualdades e até mesmo a memória de um lugar estão sujeitos às narrativas e intencionalidades, estas de acordo com Santos (2014), de agentes e grupos hegemônicos. Assim, o entendimento dos discursos e narrativas é importante à ciência geográfica, pois é possível entender as diferentes formas de dominação existentes em um lugar. Além disso, há a centralidade da análise no uso do Santos FC como símbolo da cidade e suas relações com os demais símbolos presentes e valorizados pelos grupos hegemônicos da cidade de Santos.

De modo a elucidar a narrativa e suas intencionalidades, o texto apresenta a observação da paisagem como metodologia possível, pois de modo a atingir um nível significativo de eficiência, há a construção e formação de simbólicos na paisagem (DUNCAN, 1973). Dessa forma, o texto visa analisar o conjunto simbólico de Santos, suas relações com o Santos FC e as intencionalidades dessa construção simbólica cidadina. Além disso, se fez necessário o estudo da formação socioespacial da cidade visando elencar episódios e personagens históricos capazes de apontar outras narrativas, assim como o embasamento ao discurso elitista. Por fim, o trabalho também faz uma defesa do futebol como objeto de estudo da Geografia dada a sua relevância no cotidiano da população de Santos e de qualquer outro município brasileiro onde haja duas metas, um campo e uma bola.

## **METODOLOGIA**

A metodologia do trabalho está inserida nas discussões da Nova Geografia Cultural de modo a entender a construção simbólica da paisagem como um processo sócio-espacial cujo entendimento só se torna possível através de um olhar aprofundado à formação econômica e social (COSGROVE, 1983). No trabalho, deu-se a preferência pelo conceito de formação socioespacial de Santos (2014), de modo a ter um óculo geográfico no processo histórico envolvendo a cidade estudada. Dentro da formação socioespacial santista, deu-se preferência a eventos com caráter formador e mobilizador de uma identidade local, assim como das relações da burguesia local com o Santos FC.



Através da observação da paisagem, elucida-se a hegemonia da elite santista na construção de narrativa, pois por intermédio do poder público, a construção simbólica da cidade se deu em boa medida atendendo a visão de sociedade proposta pela elite. A manipulação de elementos históricos, físicos e econômicos é realizada intencionalmente, a partir dos efeitos que se espera atingir por intermédio de uma paisagem. Isso é sensível nas poucas imagens produzidas em outras narrativas ou contra-narrativas, sendo que a escolha de figuras e nomes de ruas, monumentos e da história atendem a um padrão bem definido: são normalmente homens, da elite brasileira, retirando qualquer contradição do processo.

De modo a desenvolver essa análise, foi necessário elucidar quais os principais símbolos da cidade que participam das dinâmicas comunicativas e competitivas do Santos FC, suas localizações e analisar de maneira individual e coletiva os símbolos. Resgataram-se assim os estudos de signos de Pierce (2010) e a metodologia de análise da paisagem de Duncan (1973), assim como observar dados demográficos e econômicos para construir o quadro de estado da arte da cidade e possibilitar o entendimento sobre a produção simbólica da cidade junto à produção material.

De modo a entender a paisagem, Duncan (1973) sugere uma investigação em frentes. A primeira explora o impacto de objetificação, a eficácia da paisagem como veículo concreto, visual, de sutil e gradual persuasão. A segunda examina os tropos que encontramos numa paisagem, que codificam e transmitem informações pelas quais os leitores podem ou não ser persuadidos da correção, do caráter natural, ou legitimidade dos discursos hegemônicos.

Os tropos da paisagem, então, são compostos primeiramente como uma alegoria, sendo que através dos signos, símbolos e ícones as pessoas, e especialmente dos grupos hegemônicos, contam uma história sobre si próprias, as relações dentro de seus grupos. Outro tropo de uma paisagem é a metonímia (DUNCAN, 1973), ou seja, símbolos não precisam representar fielmente algo, porém podem através da parte pelo todo dar significação que remeta a algo.

Por fim, a paisagem pode ter como tropos a estrutura recorrente de uma narrativa, definida por um “sistema de repetições estrategicamente projetadas pelos construtores da cidade empregadas pelo rei para assegurar a máxima repetição da mensagem” (DUNCAN, 1973, p.116). Portanto, paisagem carrega uma enorme



quantidade de informações que nos permite elucidar fenômenos sociais e estruturas de poder presentes em um lugar. Lembrando que os elementos simbólicos na paisagem estão além dos elementos visuais, as construções e pinturas, podendo ser observados através de elementos ritualísticos, cânticos e toda mensagem ou tradição que possam ser expressas.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

Uma vez que o trabalho visa observar a comunicação de domínio sobre um lugar através de símbolos presentes na paisagem, foi preciso entender primeiro como se dá o processo de reconhecimento desses signos pela comunidade urbana (BALE, 2000) e como essa informação se faz entendida pelos indivíduos. Para tal tarefa, fizemos o uso das abordagens metodológicas da Nova Geografia Cultural (NGC), desenvolvida originalmente no contexto da Grã-Bretanha no final dos anos 1970.

Pensando no conceito de cultura dentro das discussões da NGC, Cosgrove (1983) afirma que não há necessidade de definir precisamente cultura, pois seria uma redução objetiva negando sua subjetividade essencial. No processo de produção e reprodução material, os grupos humanos não pensam o que estão realizando como “cultura”, sendo esta uma definição do mundo vivido dada pela burguesia ocidental.

A chave do entendimento de cultura ao autor, assim como a outros geógrafos vinculados à NGC como Peter Jackson e James Duncan, passa pela análise marxista da produção e reprodução da vida material de forma a pensar que a cultura, como um sistema de códigos de comunicação, não é extrínseca ao trabalho ou à economia como um conjunto à parte de crenças e símbolos. Pelo contrário, uma vez que na concepção materialista da história nos tornamos verdadeiramente humanos ao produzir nossos meios de subsistência, sendo toda atividade humana, “ao mesmo tempo, material e simbólica, produção e comunicação” (COSGROVE, 1983, p.1).

Essas atividades humanas criam, para Cosgrove (1983), um modo de vida com estilos de vida e paisagens distintas, sendo possível entender como cada população se apropria do espaço e, ao produzir, cria símbolos e objetos técnicos (SANTOS, 2014), influenciando e sendo influenciadas pelos símbolos e objetos técnicos produzidos. O modo de vida, então, é fruto da mediação entre natureza e cultura, sendo esta mediação



feita pela produção humana, que reproduz a natureza enquanto ambiente humano e os seres humanos como seres sociais (COSGROVE, 1983). Dessa forma, não há um desacoplamento entre sociedade e natureza, ou entre cultura e natureza, como Gonçalves (2007) aponta que ocorreu durante boa parte do pensamento racional europeu cuja influência do Iluminismo levou à idealização da natureza e, no século XIX, a ideia da vitória da técnica sobre essa natureza.

Uma vez que o modo de vida é essencial na produção e reprodução da vida material de qualquer grupo, na sociedade de classes a cultura é o produto da experiência de classes, havendo assim uma hegemonia cultural da classe dominante. Antonio Gramsci, no Caderno 11 de “Cadernos do Cárcere”, explica que a cultura tem um período especulativo ou religioso coincidente ao período de hegemonia de um grupo social do qual é expressão, “tornando-se uma fé transcendental” (GRAMSCI, 1999, p.199).

Ao nosso trabalho, a noção de símbolo dada por Peirce é importante no entendimento de como se dá a produção simbólica e a interpretação possível desses símbolos. Dado o entendimento de que a paisagem é dotada de símbolos e estes são construídos socialmente, esses símbolos remetem a Objetos outros que precisam ser imaginados e interpretados, processo análogo à leitura de uma palavra só fazer sentido após o processo imaginativo dar significado ao que foi lido. Além disso, Peirce (2010) argumenta que símbolos mesmo quando destruídos não destroem o Objeto e tampouco quem produziu esse símbolo é proprietário de fato desse Objeto. Por fim, é interessante a noção do autor de esvaziamento do caráter de signo do símbolo sem um interpretante, ou seja, sem algum indivíduo que possa compreender o que está sendo representado.

Em termos de paisagem, esta é dotada de textualidades através da construção de objetos técnicos e simbólicos, Duncan *et al* (2001) dizem que um grupo social é capaz de mobilizar capital cultural e econômico para criarem paisagens com poder de incorporar seus valores morais e identidades de forma a excluírem as demais. Dessa forma, o grupo social com maior poder econômico é quem vai ter maior incorporação de seus valores morais e identidades e, dessa forma, dominará a produção da paisagem. Entendemos aqui que esse domínio acaba por comunicar e mobilizar indivíduos sobre o poder exercido por um grupo.



Pensando na forma com a qual a NGC deveria olhar a dialética entre produção simbólica e material, Cosgrove (1983) aponta que elucidar a formação econômica e social (FES) como chave para elucidar o processo histórico que as produz e reproduz. Inclusive, o autor busca em Gramsci (1983, p.20) subsídios para pensar como é interessante ao pensamento marxista a análise da formação socioeconômica ao entendimento da hegemonia cultural da classe dominante. Como o próprio Cosgrove aponta a Santos como referencial para pensar na formação econômica e social, nesse trabalho é ponto pacífico que o movimento do espaço é condicionante e efeito do movimento da sociedade e cada novo estágio social há de se adaptar as formas resultantes do estágio anterior (SANTOS, 2005, p.30).

Conclui-se assim, que a categoria a ser utilizada é formação socioespacial em substituição ao termo formação social e econômica, como propõe Santos resumindo que há inseparabilidade das realidades e das noções de sociedade e espaço inerentes à categoria da formação social (SANTOS, 2005). Portanto, de forma a elucidar as bases culturais de Santos, da elite e dos torcedores do Santos, será necessário compreender a formação socioespacial da cidade.

Lembrando que os elementos simbólicos na paisagem estão além dos elementos visuais, as construções e pinturas, podendo ser observados através de elementos ritualísticos, cânticos e toda mensagem ou tradição<sup>14</sup> que possam ser expressas. Duncan *et al* (2001) defendem o trabalho de campo e as entrevistas, tanto questionários como questões abertas, como forma de apreender as noções e as sensações que os habitantes têm sobre a paisagem e suas narrativas, pois são eles que interpretam e, de certa forma, contribuem para a produção simbólica da paisagem.

O trabalho de campo realizado buscou entender a produção simbólica *in loco*, ou seja, observar quais símbolos foram construídos, o local de construção e o grau de repetição desses símbolos no perímetro urbano de Santos. Assim, foram percorridos os principais eixos viários da cidade, a orla, a periferia, os morros, o centro e o porto. Da mesma maneira, realizou-se pesquisa prévia em sítios como o da Prefeitura de Santos de modo a ter um norte daquilo que é valorizado pelo município e seus moradores.



## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Santos é uma cidade que tem um afastamento socioeconômico sensível em relação à Região Metropolitana da Baixada Santista. Esse afastamento se aflora ainda mais quando a maior área do município santista está isolada dos demais municípios por barreiras físicas: o estuário e o Maciço de Santos. Além disso, seu desenvolvimento forte no século XIX colocou sua elite em uma posição privilegiada por conta de todos os serviços e transações decorrentes do café, algo não experimentado por nenhuma outra cidade do interior paulista. Assim, a cidade de Santos construiu uma identidade própria pautada em sua característica de diferenciação em relação ao entorno e a São Paulo, assim como em seu período de maior acumulação, quando a elite tinha condições de rivalizar com a elite paulista em termos de influência socioeconômica em plano nacional. Salientamos que esse discurso na atualidade marca uma narrativa de algo que não se verifica na realidade. Esse discurso é afirmado e reafirmado por um conjunto de símbolos postos na paisagem santista, assim como também estão em músicas, lema e hino da cidade.

No caso, boa parte dos elementos é construída pelo poder público santista cujos representantes recentes, de modo geral, são representantes da classe dominante santista. Aliás, é interessante como o poder público exerce uma função preponderante na construção simbólica da cidade. Dessa forma, se valida o que diz Cosgrove (1983), pois realmente quem é preponderante na produção simbólica são os que dispõem dos meios materiais para produção material da vida. Dentre esses símbolos, destacam-se as muretas e os elementos históricos do Ciclo do Café (1880-1930).

A “mureta” é um símbolo identitário santista reconhecido pelo formato de inúmeros retângulos enfileirados ordenadamente cada qual medindo 50 cm de largura com círculos menores ao meio. Essa marca paisagística está presente em boa parte da cidade: de início era possível observá-la apenas na orla do bairro da Ponta da Praia, ponto onde separa a Avenida Almirante Saldanha da Gama do Estuário de Santos. Com o tempo, a mureta foi implementada nas pontes sobre os canais pluviais da cidade, em parques, e em outros pontos de Santos. Atualmente, é vista em decorações públicas de Natal, gradis e também nos detalhes do Jardim de Praia. Dessa forma, é difícil estar em algum ponto de Santos, mesmo na Zona Noroeste, e não se deparar com algo com o formato da mureta.





É interessante como há o fomento público do uso das muretas. Em um primeiro momento, é notável a padronização municipal de todos os parapeitos possíveis nas mais diversas áreas da cidade. Entretanto, a função de parapeito há muito deixou de ser a única utilizada pelo poder público. Durante as observações em campo, defrontamo-nos com o símbolo em locais pouco convencionais ao seu uso primário: decoração de pontos de ônibus, formato dos pés dos assentos em locais públicos, elemento na pintura de prédios públicos, uso de uma variação metálica para corrimãos no Jardim de Praia, objetos artísticos e enfeite no sinalizador da Avenida Ana Costa na orla. Ademais, pelo tipo de material e a forma de construção, esses novos usos da mureta são recentes, com poucas décadas de existência. A repetição no Jardim da Orla é exaustiva, não restando ao transeunte 500m sem a visualização desse símbolo em algum elemento paisagístico. Talvez o mais impressionante ao observador seja a mureta feita com mosaico de pedras portuguesas no piso da Praça Mauá, sendo necessário ascender às escadas da Prefeitura de modo a notar o formato no chão.

A intencionalidade na repetição das muretas deu certo o suficiente para tornar o símbolo apropriado pelos cidadãos da cidade. De trabalhos escolares a tatuagens, a mureta é vista pela população da cidade como um símbolo identitário que representa a cidade como um todo. A aceitação é tamanha que há lojas de *souvenires* especializadas na fabricação e venda de muretas em tamanhos variados para enfeites de casa, assim como outras peças de decoração, uso em folders e símbolos privados de empresas e campanhas políticas.

Pensando em Lênin (2007), podemos inferir que a dominação da esfera municipal pela elite local exerce um efeito de confluência entre os elementos simbólicos construídos via poder público com os elementos simbólicos construídos pela elite local. Os nomes das avenidas também entram nesse escopo, pois como Duncan (2004) aponta a repetição de símbolos ou de discursos ocorre como forma de legitimação discursiva, sendo assim importante o conjunto simbólico como um todo e não apenas símbolos isolados com discursos pontuais. A indagação a partir disso é como uma produção simbólica com potencial de negar à hegemônica é possível, especialmente com elementos de constituição tofófica entre esses símbolos e os indivíduos.

Como apontam Mello (2008), Carreira (2020) e Araújo Filho (1965), os bondes foram colocados em um período onde Santos estava inserida como centralidade na



negociação e escoamento de café, período único de protagonismo da elite santista em âmbito nacional. Desse período também surgiram outras estruturas com função simbólica, como a Bolsa de Valores do Café (atual Museu do Café), o jornal “A Tribuna” (1894), a Associação Comercial de Santos e a reforma e construção do cais de pedra no Porto de Santos (SEC. TURISMO DE SANTOS, 2019). Há um bonde estacionado na Praça das Bandeiras, na orla da Praia do Gonzaga, como ponto de informação turística cidade. No bairro do Valongo, próximo ao centro, há uma linha turística com passeio de aproximadamente 30 minutos, com o intuito de apresentar o Centro Histórico da cidade, assim como produzir uma construção imaginária de Santos historicamente.

**FIGURA 1. SANTOS – Mosaico das muretas**



Mosaico com o uso público e privado das muretas como símbolo da cidade de Santos. É possível percebê-la no banco da orla, no chão da praça da Prefeitura, no muro da escola de surf, na entrada da Av. Ana Costa, na camisa do Santos FC e na propaganda de campanha do atual prefeito Rogério Santos. Fotos: ALMEIDA, R. LIMA, S., 2020.

Centro Velho basicamente foi remodelado a partir de 1880 dentro de um plano de “modernização” e sanitarismo (CARREIRA, 2020). Seus prédios variam entre construções do período colonial, como as igrejas, e os prédios do período da Nova República. Também há prédios posteriores, em especial por ser uma área comercial central da cidade, porém a idéia é claramente remeter ao passado dos tempos do café, tanto é assim que há uma composição específica para o passeio cuja função é, além da explicação dos guias, servir café aos passageiros. Novamente, observamos uma



paisagem metafórica relacionando o bonde com o passado santista. Claramente, um sentido de passado harmonioso, como se não houvesse grandes contradições no final do século XIX e início do século XX na sociedade santista.

**FIGURA 2. SANTOS –Vitrais do Museu do Café (Antiga Bolsa do Café)**

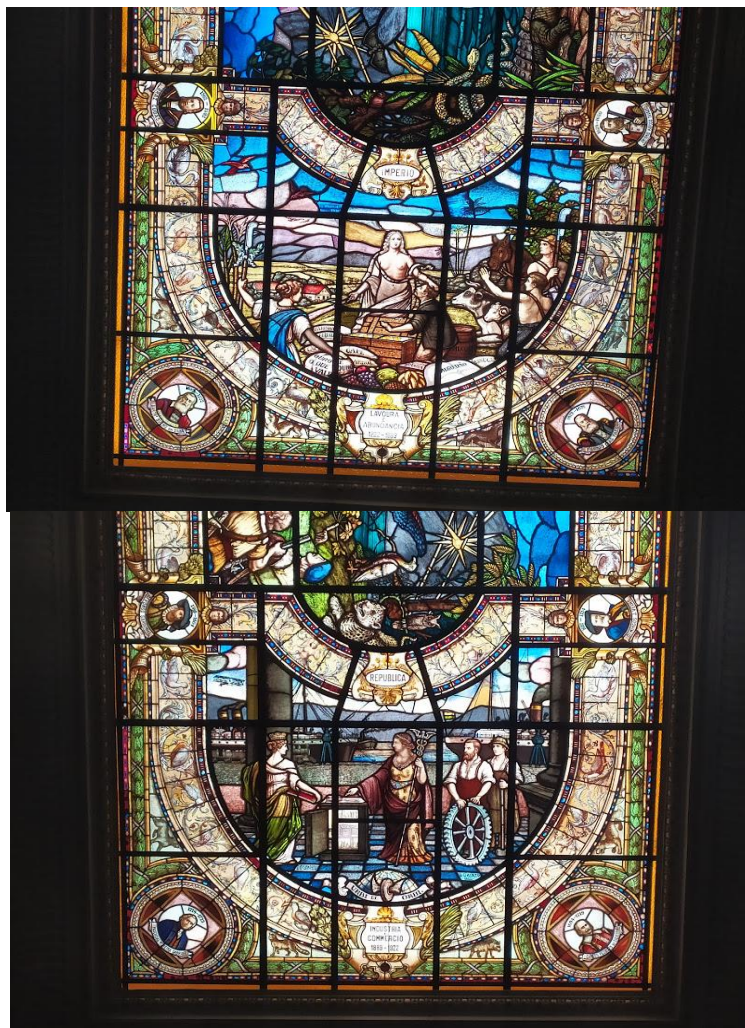


Figura com os vitrais do Museu do Café. É possível ver a imagem daquilo que a burguesia santista imaginava sobre os períodos do Império (acima) com o café e a total exclusão de pessoas negras e a República (abaixo) com temática da industrialização e a imigração. Aos lados, figuras cristãs e personagens históricos como o bandeirante Domingos Jorge Velho. Foto: ALMEIDA R., LIMA,S., 2020.



**FIGURA 3. SANTOS – Praça da República/Estátua de Martim Afonso de Sousa**



Praça da República com homenagem ao fundador de Santos, Martim Afonso de Sousa. Ao invés da homenagem a algum elemento nacional, a escolha é por um personagem histórico local. Foto: ALMEIDA, R. LIMA, S., 2020.

**FIGURA 4. SANTOS – O Bonde Turístico**



Bonde turístico no Centro Velho da Cidade. O passeio é uma forma de recordação dos tempos áureos da cidade no Período do Café. Foto: ALMEIDA, R. LIMA, S. 2020.



Dado o contexto de construção simbólica em Santos, não é nenhuma surpresa que a prefeitura tenha fomentado ou construído então outros equipamentos que fazem referência ao Santos FC. Listam-se aqui para além daqueles na entrada do município o Museu Pelé, a estátua de Zito (ex-jogador do Santos) na esquina entre Rua Princesa Isabel com a Rua Tiradentes ao lado do estádio da Vila Belmiro e a estátua de Pelé a frente da panificadora “A Santista”. Inclusive, em reunião com a atual diretoria do Santos sobre reformas na Vila Belmiro, o prefeito Paulo Alexandre Barbosa endossou uma reconstrução do estádio justificando que esse isso “movimenta a economia da cidade”<sup>2</sup>. Portanto, a relação *quasi-public* explicitada por Gaffney (2008) dos estádios é reafirmada no caso de Santos, pois a Vila Belmiro recebe atenção do Executivo municipal, assim como há o compromisso institucional do atual prefeito para com a modernização do estádio visando um ganho de toda a população da cidade.

O discurso de pertencimento do clube à cidade, a exaltação de seus membros e outros episódios em comum entre diversos momentos do Santos nos trazem à tona a questão da repetição discursiva na paisagem de Duncan (2004), assim como o fato da elite escrever uma narrativa de si e sobre o espaço onde exerce poder (COSGROVE, 1983). Desde sua criação, o Santos FC teve como norte discursivo ser o clube da cidade em um duplo-sentido: o primeiro, a representação da elite santista frente a elite paulistana; o segundo, o clube como agregador do “espírito” da cidade, algo que unia toda a cidade e dava o sentimento de pertencimento social às classes mais pobres.

Assim, quando a elite santista se utiliza do futebol e da criação de um novo clube, pós-Americano, o intuito é justamente o reforço espiritual, do qual chamados de simbólico, do ideal de sociedade que não é simplesmente algo local. Mascarenhas (2014), Agostino (2012) nos mostram que o futebol serviu como forma de manutenção e reprodução do poder das elites durante o século XX, sendo que a questão da presidência do clube ser muito maior que a simples gestão de um “bem comunitário”.

A autobiografia de Marcelo Teixeira (2010), em todo momento, inclusive na capa e na formatação das letras, faz referência ao Santos FC. Teixeira emplacou mandatos seguidos da década de 1990 até 2009, quando perdeu a eleição para Luís Álvaro de Oliveira Ribeiro, também com passado ligado ao clube, pois era neto do ex-presidente Álvaro Ribeiro (década de 1910). Dentro do período de mandato de Teixeira,

---

<sup>2</sup> Fonte: VALIM, 2020.



a identidade entre clube e cidade foi fortalecida, especialmente em 2008. Isso é evidenciado, por exemplo, quando Teixeira resolve resgatar as tradições do clube em uma série de ações de firmar o Santos em suas raízes. O discurso de Teixeira tornar-se-ia uma verdade, em termos de Gramsci e Foucault, ao ponto de ser repetido por diretorias vindouras. Em 2009, as empresas de material esportivo começaram a investir na confecção de kits de jogo alternativos, o terceiro uniforme. Nesse momento, o Santos FC lançou uma nova camisa de jogo como um resgate histórico das cores de um suposto primeiro uniforme nas cores de azul, branco e amarelo (FERRARI, 2008).

Segundo Teixeira, tratava-se do primeiro esboço de uniforme do clube: mantendo o azul do antigo clube Concórdia, local da fundação do Santos FC, junto a listas em amarelo e branco. À época, o mandatário afirmou que “o torcedor precisava conhecer a história do clube”, claramente tentando resgatar – ou inventar – uma tradição que na realidade não faz sentido prático, pois mesmo pressupondo a existência desse projeto, o Santos desde a primeira partida adotou as cores alvinegras como uniforme oficial. Além do *marketing* de venda, Teixeira deixou uma marca própria no clube: desde então bandeirões da torcida, agasalhos, blusas e toda história sobre o Santos sempre fazem alguma referência ao uniforme junto a um símbolo azul com as letras “SFC” entrelaçadas.

Portanto, o Santos FC tem uma dupla função simbólica: exerce o papel de símbolo identitário aos moradores, sendo o time majoritário da cidade; e, capturado pela burguesia local, torna-se meio de propagação de narrativas das frações elitistas que ocupam a cadeira da presidência.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Milton Santos em “A Natureza do Espaço” disse que o objeto da Geografia não está completo ou encerrado em um conjunto de temas, especialmente levando em consideração o espaço como totalidade. Essa totalidade abrange searas outras cruzando a fronteira do debate econômico e político, sem perder o materialismo histórico como horizonte. A materialidade vem na elucidação do processo histórico observando as questões de classe, partindo do pressuposto da cultura e seus elementos como



construções sociais. Assim, embora a paisagem seja o conceito central, a discussão não se encerra em uma análise subjetiva ou perdendo de vista o espaço geográfico.

O trabalho apontou como o papel simbólico exercido por um clube de futebol em sua comunidade urbana só tem sua complexidade revelada ao abordar as questões socioespaciais locais. Não se trata de um abandono ao encantamento do mundo, da paixão ou daquilo que nos põe em suspenso dos problemas cotidianos por um período de tempo. O que mais moveria um pesquisador senão sua paixão por determinada discussão metodológica ou temática? No entanto, a paixão é dosada de modo a possibilitar observar como ações e intencionalidades objetivas de quem detém os meios de produção simbólicos dentro de algo capaz de mobilizar tantos sentimentos quanto uma partida de futebol e seus clubes.

A temática de pensar na questão das paisagens e territorialidades nos entornos de um estádio de futebol nos levou a uma frutífera investigação sobre questões políticas e econômicas da cidade de Santos, sua ideologia hegemônica, a ocupação e uso do solo urbano e seus índices sociais acima de sua região ou mesmo da capital. A temática sobre as relações entre indivíduos e a produção simbólica no entorno da Vila Belmiro resultou por elucidar muito daquilo que a classe dominante santista narra sobre si e sobre sua própria cidade. Quando o Santos FC joga em qualquer lugar do Brasil, sua elite econômica deseja que esse seja o time que represente as glórias de uma centralidade no período do Ciclo Econômico do Café, do Maior Porto da América Latina, assim como a cidade de personalidades históricas pertencentes ao seu meio como José Bonifácio. Esse projeto narrativo visa o apagamento e o esquecimento da Santos como “moscouzinha brasileira” durante as décadas de 1920, 1930 e 1940; dos quilombolas do Jabaquara e do atual bairro da Encruzilhada; dos estivadores do porto, dos imigrantes chegados à cidade durante as décadas de 1960, 1970 e 1980 moradores dos morros e da Zona Noroeste. Entendemos que a visão construída por sua elite em nada se assenta na realidade material de Santos, tendo no máximo uma base narrativa construída em uma romantização do passado e em uma essencialização do Santos FC.

## REFERÊNCIAS

- AGOSTINO, G. **Vencer ou morrer:** futebol, geopolítica e identidade nacional. Rio de Janeiro: FAPERJ: Ed. Mauad, 2002. 2.ed;
- ARAÚJO FILHO, J. R. A expansão urbana de Santos. *In:* AZEVEDO, A. **A Baixada Santista: Aspectos Geográficos—Volume III.** São Paulo: EDUSP –1964;



- BALE, J. The changing face of football: soccer and community. *In: Soccer and Society*, vol.1, n.1, p.91-101, 2000;
- COSGROVE, D. Em direção a uma geografia cultural radical: problemas da teoria. *In: Antípode – A Radical Journal Of Geography*. Worcester, n.15, 1983, p. 1-11;
- DUNCAN, J. Landscape taste as a symbol of group identity: a Westchester County village. *In: Geographical Review*, vol 63, n.3 (JUL), 1973, p.334-355;
- \_\_\_\_\_. O supraorgânico na geografia cultural americana. *In: Revista Espaço e cultura*. Rio de Janeiro: UERJ, n.13, JAN/JUN, 2002, p.7-33;
- \_\_\_\_\_. DUNCAN, Nancy. The aestheticization os politics of landscape preservation. *In: Annals of Association of American Geography*. V.91, ano 2, 2001, p.387-409;
- GAFFNEY, C. **Temples of earthbound gods**: stadiums in cultural landscapes of Rio de Janeiro and Buenos Aires. Austin: University of Texas Press, 2008, 1St ed.;
- GONÇALVES, C. W. A invenção de novas geografia: a natureza e o homem novos paradigmas. *In: BERTHA, B. SANTOS, M (orgs). Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007, 3ed
- GRAMSCI, A. Volume 1: introdução ao estudo da filosofia, a filosofia de Benedetto Croce. *In: \_\_\_\_\_*. **Cadernos do cárcere**. COUTINHO, C.N. (trad.). Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1999.
- LENIN, V. I. **O Estado e a revolução**. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2007;
- MASCARENHAS, G. . **Entradas e Bandeiras**: a conquista do Brasil pelo futebol. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014, 256p.;
- MELLO, G. H. **Expansão e estrutura urbana de Santos (SP)**: aspectos da periferação, da deterioração, da intervenção urbana, da verticalização e da sociabilidade. 2008. 206p. Dissertação de mestrado –Departamento de Sociologia da Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008;
- PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE DE SANTOS. Conheça Santos. Disponível *in* sítio: <https://www.santos.sp.gov.br/?q=hotsite/conheca-santos>, acesso em 24/01/2020a
- \_\_\_\_\_. Santos FC homenageia a cidade na estreia do Paulistão. Santos: 21 de janeiro de 2020. <https://www.santos.sp.gov.br/?q=noticia/santos-fc-homenageia-a-cidade-na-estrela-do-paulistao>, acesso em 25/01/2020b.
- NASCIMENTO, G. **Almanaque do Santos FC: 1912-2012**. São Paulo: Magma Cultural e Editora, 2012;
- PEIRCE, C. **Semiótica**. COELHO NETO, J. (trad.) São Paulo: Editora Perspectiva, 2010, 4ed., 3ª edição;
- SANTOS, M. **A Natureza do Espaço**: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: Edusp, 2014, 4 ed, 8 reipr.;
- \_\_\_\_\_. **A urbanização brasileira**. São Paulo: EDUSP, 2005;
- TEIXEIRA, M. **Das arquibancadas à presidência**: 2002. Santos: Editora Unisanta, 2018.





## Periódicos e Outras Fontes

FARIAS, B. **Diário do Litoral**. Sessão Santos. Santos: 03/02/2019. Disponível *in* sítio: <https://www.diariodolitoral.com.br/santos/santos-e-o-bonde-um-passeio-pela-historia/122418/>), acesso em 03/02/2019.

FERRARI, C.A. Santos lança uniforme azul: nova camisa é homenagem à fundação do clube em 1912. **Globoesporte.com**. Sessão Santos FC, 03/03/2008. Disponível *in* sítio: <http://globoesporte.globo.com/ESP/Noticia/Futebol/Santos/0,,MUL335073-4404,00.html>, acesso em 01/09/2019;

FUNDAÇÃO ARQUIVO E MEMÓRIA DE SANTOS. **Monumento do Peixe**. Santos, data indisponível. Disponível em: <http://www.fundasantos.org.br/xvicba/page.php?22>. Visualizado em 10/11/2019.

PIRES, Orion. Moradores tatuam símbolos da cidade para demonstrar amor por Santos (SP). Portal G1, Santos, 26/01/2016. Seção “Santos e Região”. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2016/01/moradores-tatuam-simbolos-da-cidade-para-demonstrar-amor-por-santos-sp.html>. Visualizado em 20/11/2018

SAAD, F. Dicionário de gírias santistas. **Juicy Santos**. Sessão Nostalgia Santista. Santos, 10/10/2012. Disponível *in* sítio: <https://www.juicysantos.com.br/vida-013/nostalgia-santista/dicionario-de-gurias-santistas/>, acesso em 05/01/2018;

SILVA, V. Tomie Ohtake e o Monumento do Emissário Submarino. **Juicy Santos**. Sessão O que fazer em Santos. Santos, 12 de fevereiro de 2015. Disponível *in* sítio: <https://www.juicysantos.com.br/diversao/o-que-fazer-em-santos/tomie-ohtake-e-o-monumento-do-emissario-submarino/>, acesso em 16/12/2019

VALIM, E. “Ao lado de Peres, prefeito de Santos promete apoio irrestrito para retrofit na Vila Belmiro”. **Globoesporte.com**. Sessão Santos FC. Santos: 21 de janeiro de 2020. Disponível *in* sítio: <https://globoesporte.globo.com/sp/santos-e-regiao/futebol/times/santos/noticia/ao-lado-de-peres-prefeito-de-santos-promete-apoio-irrestrito-para-retrofit-na-vila-belmiro.ghtml>, acesso em 05/02/2020 .