

FUTEBOL AMADOR E ECONOMIA CRIATIVA

Shisley da Silva Santos (1); Natanaele de Lima Silva (1); Leonardo Genilson Santos de Sousa(2); Theófolo Correia da Silva(3); Alana Mara Alves Gonçalves (4)

(Universidade Regional do Cariri-URCA. EMAIL: shisleysantoos@gmail.com)

RESUMO

Este artigo tem como objetivo principal analisar como as pessoas se movimentam para trazer suas barraquinhas e produtos em geral para os campos de futebol de várzea para ter um lucro extra nos dias em que há jogos amadores em seu bairro e arredores. Através de uma forte afinidade para com o futebol amador e a partir da convivência da família em geral com tal esporte, tive um enorme interesse no tema geral desse artigo. A metodologia trata-se de uma pesquisa etnográfica que tem caráter qualitativo e com abordagem antropológica através de descrição com observações e registros escritos em um diário de campo. Assim pude avaliar como ocorre toda a movimentação econômica da sociedade em questão em relação ao esporte dito como o mais famoso na sociedade brasileira que é o futebol, chegando a análise que o futebol amador (ou futebol de várzea) na cidade do Crato-CE, sendo uma cidade pequena do estado do Ceará, pode trazer bastante benefícios econômicos para os moradores da comunidade e também de outras localidades por perto que podem investir e vender os seus produtos. Diante de todos os problemas encontrados na localidade como falta de lugar apropriado para os espectadores, e também para as pessoas que estavam ali para revender seus produtos, podemos concluir que as pessoas que possuem poder aquisitivo maior que conhecem a realidade do local e que também são espectadores de tal evento, poderiam investir tanto nos times quanto na organização do evento para que tudo ganhasse mais visibilidade tanto para a região em que está sendo sediado o campeonato quanto para a copa 19 de março em si.

Palavras-chave: Futebol, Economia, Crato-ce.

INTRODUÇÃO

Um dos principais aspectos que me motivam a fazer este trabalho sobre o futebol amador é a grande afinidade que tenho por ter pessoas na família que o praticam há muito tempo e que me motivam a assistir os jogos e campeonatos que aconteciam por perto durante toda minha vida. Portanto, a relação e convivência com o esporte amador é o estopim para o desenrolar deste trabalho.

O objetivo principal deste artigo é analisar como as pessoas se movimentam para trazer suas barraquinhas e produtos para ter um lucro extra nos dias de jogos amadores em seu bairro, através de uma pesquisa etnográfica que tem caráter qualitativo e com abordagem antropológica através de descrição com observações e registros escritos em um diário de campo.

O futebol amador tem se tornado uma prática muito recorrente quando observamos ao nosso redor, e por esse motivo buscarei trazer nesse artigo algumas opiniões sobre como as pessoas aproveitam os eventos de futebol amador para se beneficiar de forma financeira. O texto será dividido em dois tópicos, no primeiro será apresentada uma fundamentação teórica com os principais autores que tratam da economia criativa relacionada ao futebol amador, já no segundo tópico será apresentada a pesquisa de campo que mostra o que se pôde observar da final do campeonato 19 de março e que embasou toda a pesquisa.

A ECONOMIA CRIATIVA

Não é de hoje que podemos acompanhar os jogos amadores (também chamados de futebol de várzea) em nossos bairros e cidades. No Brasil é uma prática bastante comum pois, é uma válvula de escape das pessoas no seu dia-a-dia corrido e muitas vezes sem tempo para prática de atividades¹ e/ou exercícios físicos² e por ser uma prática que acontece muitas vezes em finais de semana toda a comunidade se junta para presenciar o ocorrido.

Apesar da origem elitista do futebol no Brasil, este esporte também foi praticado pelas classes populares nas primeiras décadas do século XX. Em São Paulo, por

¹ Exercício é conceituado como forma especial de atividade física, planejada, sistematizada, progressiva e adaptada ao indivíduo, sempre com o objetivo de estimular uma ou várias adaptações morfológicas ou funcionais. Outro aspecto relevante é que os efeitos deletérios à saúde produzidos pelo sedentarismo são lentamente progressivos

² A atividade física refere-se a qualquer atividade ou exercício que tenha como consequência o gasto de energia e coloque em movimento uma grande quantidade de fenômenos a nível corporal, psíquico e emocional na pessoa que realiza. A atividade física pode ser realizada de maneira planejada e organizada, ou até mesmo, espontânea e involuntária, embora em ambos os casos os resultados sejam semelhantes.

exemplo, os jogadores que não tinham acesso aos campos dos clubes sociais utilizavam as várzeas de rios (como o Tietê e o Pinheiros) como local para a prática do futebol, daí a origem do termo “futebol de várzea”. Devido ao uso contínuo pelos meios de comunicação, alguns informantes no meio urbano utilizam a expressão “futebol de várzea”. (PIMENTA, 2009, p. 31)

Visando essa presença de muitas pessoas daquela comunidade e de outras comunidades das proximidades também, as pessoas que são residentes daquele bairro buscam trazer um modo de ganhar um dinheiro extra a partir do evento que está acontecendo próximo de sua residência, visando uma grande quantidade de pessoas naquele lugar onde ocorre o evento, é o que podemos chamar de economia criativa.

A economia criativa deve ser compreendida em toda sua diversidade de dinamismo; daí a necessidade de criação de novas tipologias fruto dos cruzamentos entre produtos e serviços, novos modelos de criação e consumo, tão presentes hoje nas grandes cidades e regiões metropolitanas. Além da economia formal, tão característica da economia criativa é necessário que o Observatório dê visibilidade a novas experiências criativas quase sempre invisíveis nas pesquisas tradicionais. (LEITÃO, 2010, p. 174)

Segundo Machado (2012, p.92), “A economia criativa tem sua origem na habilidade, criatividade e talentos individuais que, empregados de forma estratégica, têm potencial para a criação de renda e empregos por meio da geração e exploração da propriedade intelectual (PI) ”.

A economia criativa despontou em 1994 como um conjunto de atividades econômicas ligadas às artes, à cultura, às novas mídias e à criatividade em geral, com forte conteúdo de intangíveis que requer habilidades especiais da força de trabalho, além de apresentar estreita relação com os avanços científicos e tecnológicos (SERRA & FERNANDEZ, 2014).

De forma implícita e lúdica os mais simples trabalhadores vivenciam toda essa chamada economia criativa, por ter que buscar meios de trazer uma renda extra através de sua criatividade, percebendo o meio ao seu redor, buscando informações e tentando saber quais eventos podem acontecer por perto da sua casa, para que possam se planejar e se instalar nos lugares mais próximos para conseguir obter essa renda, mesmo tendo concorrentes com ideias muito parecidas ou muito divergentes. Esse tipo de movimentação econômica que faz com que muitas famílias se sustentem, ou tenham alguma quantidade de dinheiro a mais no seu caixa no fim do mês, e que pode trazer algo que eles não tinham condições de comprar apenas com o salário fixo que tinham antes de ocorrer o evento.

Os bens e serviços criativos são resultantes da interação existente entre aspectos econômicos, culturais, sociais e tecnológicos. E apesar do seu efetivo potencial de crescimento, alguns obstáculos vêm impedindo sua expansão: a baixa disponibilidade de recursos financeiros para o financiamento de

(83) 3322.3222

contato@joinbr.com.br

www.joinbr.com.br

negócios desta natureza; o baixo investimento em capacitação dos agentes atuantes na cadeia produtiva destas indústrias, agentes cuja atuação exige visão de mercado, de gestão de negócios e de conhecimentos técnicos e artísticos; pouca infraestrutura no que se refere à distribuição e difusão dos bens e serviços. (LEITÃO, 2010, p. 174)

FUTEBOL AMADOR: COPA 19 DE MARÇO

Na manhã de domingo, dia 26/03/2017 aconteceu o final do campeonato no bairro muriti, Crato-CE. Anteriormente à final do campeonato que ocorreria ali naquele campo, aconteceu um pequeno jogo de entretenimento com pessoas do próprio bairro, antecedendo o “grande espetáculo” que estava por vir: A FINAL DA COPA 19 DE MARÇO. O jogo principal foi disputado pelos times CARIRI OVOS e PETROBRÁS, sendo campeão por 2 a 1 o time PETROBRAS. No campo onde ocorreu o jogo observei que havia uma torcida organizada para o time perdedor já que a empresa que o time carrega o nome é do bairro onde ocorreu o campeonato.

Foi possível ainda, analisar que o time apesar de ser amador, é caracterizado como “jogo fechado” em que os jogadores são fixos do time, a arbitragem, time, gandulas e toda a organização do campeonato estava uniformizada para o evento, facilitando a identificação e diferenciação da população que estava rodeando o campo.

No evento como um todo, fica claro o quanto a sociedade está organizada e junta para prestigiar o evento, e possível observar que dentro e fora de campo, as diversidades raciais, econômicas, sociais, de religião, de identidade de gênero e de orientação sexual não influenciaram em nenhum momento durante todo o evento pois, todos se respeitavam a pesar da rivalidade entre os times e suas torcidas. Segundo Gonçalves, (2002):

Nos jogos "abertos" não há times previamente formados, os jogadores vão chegando, alguns do trabalho, outros de casa, alguns já se encontram na rua, eles vão surgindo como se tivessem marcado um encontro uns com os outros. É certo, o encontro foi marcado sim, porém os candidatos a jogadores somente ali, no momento imediatamente anterior ao jogo é que vão decidir quem irá jogar primeiro, ou em que times irão atuar. A escolha dos jogadores de cada time é feita da seguinte forma: os responsáveis pelo campo, ou, algum jogador veterano, escolhem alternadamente, quem vai compor o time e cada um, fica responsável por uma equipe. O jogador que faz a escolha dos demais jogadores para formar o time, comumente passa a ser responsável pelo time enquanto acontece o jogo naquele momento, sendo o único a ter o direito de fazer alterações no decorrer da partida. Nos jogos “fechados” os times já se encontram formados anteriormente, tendo inclusive um nome. Existe uma pessoa responsável pelo time, conhecida popularmente como "dono do time", geralmente um ex-jogador, um aficionado por futebol. Pode ainda figurar como "dono do time", jogadores, embora não seja muito comum este caso, pois comumente o "dono do time" não joga. Ele é a pessoa responsável por agendar os jogos com outros times, comunicar a seus jogadores os horários e dias de

(83) 3322.3222

contato@joinbr.com.br

www.joinbr.com.br

jogo, buscar patrocínios, distribuir e recolher o uniforme do jogo, providenciar água durante a partida, entre outros encargos. Os jogos "fechados" acontecem no final de semana ou feriados, geralmente nas tardes de sábado, manhãs e tardes do domingo. Os jogadores apresentam-se em campo com o uniforme do time, e todos usam a chuteira, que é o calçado apropriado para jogar futebol.

O evento foi televisionado e transmitido também por rádio, e apesar da precariedade no local do jogo, os repórteres tiveram a possibilidade de conseguir montar nas proximidades uma tenda para que pudessem trabalhar e transmitir o jogo. Da mesma forma fizeram também as pessoas do próprio bairro e de outros lugares que cercaram os arredores do campo para assistir ao jogo, outras pessoas com seus investimentos como banquinhas de churrasco e diversas outras coisas que poderiam interessar aos espectadores do jogo, também moradores do bairro e arredores (cerveja, água, energético, refrigerantes, amendoim, comida, picolé, sorvete e bebidas alcoólicas em geral).

A economia criativa é uma área de estudos que está assumindo uma crescente importância e cujas fronteiras com a economia do conhecimento e a economia da cultura ainda não estão claramente definidas. A produção de bens simbólicos e a indústria cultural trazem à tona questões como a valorização dos produtos culturais e criativos e a estrutura de seus mercados. A necessidade cada vez maior e emergencial da economia criativa como atividade econômica de grande potencial a faz permanentemente presente nas agendas governamentais suscitando e amplificando o debate intelectual e prático acerca da sua aplicabilidade e abrangência. Dessa forma, inserida nos estudos de empreendedorismo, a economia criativa vem se destacando no Brasil, em discursos e editais das áreas de educação e cultura. (BORGES, 2016, p. 13)

Apesar de ser um campeonato de futebol amador, foi possível observar que não só a comunidade local se juntou para prestigiar o momento do evento como também pessoas de outros bairros e cidades e até mesmo nomes importantes da cidade como o Dr. Leitão, presidente das APAEs³ e também político da cidade do Crato- CE. Foi possível observar que as pessoas que algumas pessoas tiveram certa dificuldade de chegar ao local, de se esconder do sol, as pessoas que estavam no local para vender também tiveram dificuldades para colocar seus produtos em locais mais adequados.

Segundo Damo (2005):

Os times de várzea têm um dirigente, um técnico e um massagista, diferindo da bricolagem, portanto. Entretanto, o técnico de várzea não é remunerado e nem treina a equipe durante a semana. Nos jogos, os papéis são, de início, bem definidos e até

³ A Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) é uma associação em que, além de pais e amigos dos excepcionais, toda a comunidade se une para prevenir e tratar a deficiência e promover o bem-estar e desenvolvimento da pessoa com deficiência

especializados, mas não deve causar surpresa se o centroavante, a certa altura, for jogar de goleiro; ou se um atleta que atuava na ponta-direita, e fora substituído antes do intervalo, reaparecer como beque de espera nos minutos finais da partida. O circuito comunitário não exige dos atletas o mesmo capital corporal do profissionalismo, mas as fronteiras não são, de qualquer modo, tão porosas quanto nas configurações bricoladas.

Ao observar todo o desenrolar da manhã desse domingo, foi constatado através de conversas informais com alguns moradores mais antigos do bairro, que em grande parte das vezes em que o evento acontece naquela localidade, os moradores se reúnem para observar o jogo, e aos que querem ter uma renda a mais no seu salário do mês, observam o jogo de longe na sombra e debaixo das árvores muito próximo aos seus produtos que trouxeram para vender nesse evento que está ocorrendo neste dia da semana.

Apesar de ter torcida uma organizada com um grande número de pessoas enfurecidas para que o seu time de preferência ganhasse, o campeonato iniciou-se e permaneceu pacífico tanto da parte dos jogadores em campo, quanto dos torcedores ali presentes que puderam aproveitar a manhã desse domingo para estar ali com a sua família podendo prestigiar parentes e amigos que estavam jogando, esse movimento é o que podemos chamar de sociabilidade e que para Simmel (2013) sociabilidade: “é a forma lúdica da interação social”.

Diante de tudo que foi dito anteriormente, esperamos que o trabalho possa contribuir para que outros estudantes dos mais diversos cursos possam pesquisar mais sobre a área e que vejam também com o olhar antropológico o futebol amador em sua região.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante todas as observações e pesquisas bibliográficas feitas durante todo o desenrolar do trabalho, foi possível chegar à conclusão de que o futebol amador (ou futebol de várzea) na cidade do Crato-CE, sendo uma cidade pequena do estado do Ceará, pode trazer bastante benefícios econômicos para os moradores da comunidade e também de outras localidades por perto que podem investir e vender os seus produtos e benefícios também para a saúde dos seus praticantes.

A cordialidade e pacificidade das pessoas envolvidas em todo evento fez com que o evento se tornasse um evento agradável para que toda a família pudesse acompanhar, além de que a economia foi um grande pivô para que muitas pessoas se movimentassem em busca de ideias e produtos para revender ao redor das delimitações do campo.

E diante de todos os problemas encontrados na localidade como falta de lugar apropriado para os espectadores, e também para as pessoas que estavam ali para revender seus produtos, podemos concluir que as pessoas que possuem poder aquisitivo maior que conhecem a realidade do local e que também são espectadores de tal evento, poderiam investir tanto nos times quanto na organização do evento para que tudo ganhasse mais visibilidade e quando fosse televisionado as pessoas de fora da comunidade pudessem ver que o campeonato que está acontecendo é um evento muito bem organizado.

REFERÊNCIAS

BORGES, Caroline de Miranda. **Análise do Processo de Criação e Estruturação do Sistema Municipal de Cultura e a sua Influência na Economia Criativa: Um Estudo de Caso no Município de Itajubá – MG.** 2016.

DAMO, Arlei Sander. **Senso de Jogo.** Universidade de Santa Cruz do Sul. Esporte e Sociedade 1. 2005.

EARP, Fabio Sá. **O que é a Economia do Entretenimento?** Disponível em: http://www.ie.ufrj.br/intranet/ie/userintranet/hpp/arquivos/o_que_e_a_economia_do_entretenimento.pdf, publicado em Fábio Sá Earp (org): Pão e circo: limites e perspectivas da economia do entretenimento. Rio de Janeiro: Palavra e imagem. 2002.

GASTALDO, Édison Luis; LEISTNER, Rodrigo Marques; SILVA, Ronei Teodoro da; McGinity, Samuel. **Futebol, Mídia e Sociabilidade: Uma Experiência Etnográfica.** Cadernos iHU ideias, n. 43, p. 1-26, 2005.

GONÇALVES, Alana Mara Alves. **Futebol Amador: Campo Emergente de Sociabilidade.** 2002.9. Dissertação (Mestrado) - Curso de Sociologia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2002.

LEITÃO, Cláudia Sousa, et al. “Nordeste Criativo” e desenvolvimento regional: esboço de uma Metodologia para o Fomento da Economia Criativa no Nordeste Brasileiro. **Revista Extraprensa.** 3.3. 170-182. 2010.

MACHADO, Luiz Alberto. **Economia Criativa: Definições, Impactos e Desafios.** Volume 11/número 21/julho 2012 ISSN 1677-4973: 84. 2012.

PIMENTA, Rosângela Duarte. **Desvendando o jogo: O futebol Amador e a Pelada na Cidade e no Sertão**. Recife. 2009.

SIMMEL, Gerog. Sociabilidade-um exemplo de sociologia pura ou formal.. George Simmel: Sociologia. **Coleção grandes cientistas sociais**. São Paulo: Ática 5. P. 165-181. 1983.

