

DO CAMPINHO AO GRANDE ESTÁDIO lugares e expressões na cultura do futebol

Gilmar Mascarenhas

Introduzido no Brasil pelos estreitos circuitos de sociabilidade das elites, o futebol se disseminou pelo território e se popularizou rapidamente. Mesmo nos mais remotos vilarejos encontramos um campinho de futebol, o equipamento de uso coletivo mais difundido no país. Também nos grandes estádios, que vibram solidariamente aos domingos, a sociedade brasileira expressa sua paixão. O objetivo deste trabalho é identificar algumas dessas manifestações da cultura do futebol, formas de jogar e torcer, e refletir sobre suas mudanças recentes, no contexto da avançada urbanização capitalista e da nova economia do futebol.

Palavras-chave: FUTEBOL, URBANIZAÇÃO, ESTÁDIOS, SOCIABILIDADES, LUGAR.

MASCARENHAS, Gilmar. Do campinho ao grande estádio: lugares e expressões na cultura do futebol. *Textos escolhidos de cultura e arte populares*, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 57-68, 2007.

Introdução

Não há como ignorar a onipresença do futebol no cotidiano da sociedade brasileira. Ela se faz notar nos imensos estádios que vibram “solidariamente” nas tardes de domingo, objetos geográficos estrategicamente disseminados, por governos do regime ditatorial, pelas cidades de médio e grande porte, como verdadeiros monumentos que celebram o prestígio e o poder desse jogo. Ela se expressa ainda nas tradicionais “peladas” e conversas cotidianas à mesa do botequim, passando pelo pequeno rádio de pilha aos ouvidos do índio e do lavrador distante, e derramando-se espalhosamente pelas páginas e imagens da grande imprensa. Para milhões de brasileiros, o calendário futebolístico comparece como elemento balizador, ajudando a demarcar os tempos e os horizontes da vida cotidiana. E assim a metrópole se faz efetivamente presente e pulsante em cada dobra esquecida do imenso território: ela é o palco dos grandes clubes e dos ídolos nacionais.

Ao longo da primeira metade do século 20, o futebol se disseminou completamente pelo Brasil, tornando-se ingrediente indelével da integração territorial e um dos mais poderosos elementos definidores da nacionalidade. Já onipresente em torno de 1940, como se uma espécie de monocultura intensiva passasse a ser praticada em toda a extensão de nossas terras, transformou o Brasil num amplo e produtivo celeiro de talentos que por isso não tardou a ser

reconhecido no exterior como a superpotência do futebol, pátria de Pelé e dos maiores estádios¹. Assemelhando-se a uma rentável monocultura de exportação, o requisitado futebol brasileiro espalha hoje mais de 500 atletas em todo o planeta, como um “império onde o sol jamais se põe”.

Enquanto ramo sólido e promissor da indústria do entretenimento, o futebol movimenta mais de 3% do PIB nacional. Seu poder econômico, social e político obviamente não se restringe ao Brasil. Movido pela promessa de lucros gigantescos em nova onda de difusão mundial (pós-1980), torna-se o futebol um dos mais extensos fios do emaranhado tecido da globalização hodierna. Nesse sentido, o diretor do IRIS (Institut de Relations Internationales et Stratégiques), Pascal Boniface (1998), sustenta que o futebol tornou-se um importante elemento constitutivo das relações internacionais, que já não podem ser resumidas às questões diplomáticas entre Estados.

Não surpreende, pois, que, na mente da grande maioria dos brasileiros, a primeira imagem suscitada ao se ouvir o hino nacional seja a da seleção de futebol postada solenemente no gramado, diante de mais um confronto internacional a colocar em jogo o valor da “raça” e a honra da nação.² Os quase esquecidos símbolos oficiais da pátria não corporificam melhor o sentido popular da nacionalidade do que o futebol. Não há dúvidas de que, durante a realização de uma Copa do Mundo, o combalido espírito patriótico emerge e se agiganta,

colorindo os espaços públicos e mobilizando a sociedade em todos os níveis. Concordamos com a tese de Roberto DaMatta (1982), segundo a qual a existência de profundas desigualdades na sociedade brasileira oportunizaram ao futebol condições ímpares de aglutinação das diferentes camadas sociais, atuando como uma poderosa “máquina de socialização”.

Por todos esses aspectos, podemos tomar o futebol como poderosa manifestação cultural no Brasil: um conjunto de apropriações simbólicas e práticas cotidianas que se colocam no centro de nossos processos identitários e de nossas vivências enquanto coletividade.

Mas devemos frisar que a “cultura do futebol” não se apresenta como um corpo coeso. Ao contrário, é composta de contradições e diversidade de práticas. Por um lado, expressa a estrutura profundamente desigual da sociedade brasileira, e por outro a natureza desse esporte, tornado mercadoria valorizada.

Face ao exposto, nosso objetivo é identificar a pujança e a diversidade da “cultura do futebol”, que lhe permitem atravessar distintos lugares e momentos da vida cotidiana. Analisar essa máquina de sociabilidades que produz espaços como o “campinho” e ao mesmo tempo os gigantescos templos de concreto; que expressa a pobreza e a opulência, a dor e o júbilo, paixão e contabilidades em grandes proporções. Lugares e expressões de nossa miséria cotidiana.

Campinhos e estádios: lugares e expressões

Para aquilatar um pouco da importância e ubiquidade que o futebol alcançou no Brasil, basta um mirar panorâmico sobre qualquer porção de seu vasto território. Nos menores sinais de aglomeração humana, mesmo nas mais remotas regiões, notar-se-á que dois objetos na paisagem caracterizam o essencial de nosso *ecúmeno*: um pequeno templo católico e um campinho de futebol. Costuma-se dizer que a capela pode eventualmente faltar, pois haverá sempre aquela outra do povoado mais próximo. Mas não o campinho, lugar de animado encontro regular domingueiro, centralidade que comparece como unidade básica referencial na vida de relações.³

Cumprе indagar como o futebol adquiriu tal magnitude no Brasil. Como uma modalidade esportiva, inicialmente modismo de uns poucos ingleses e bacharéis, tomou-se essa verdadeira instituição da cultura nacional? Certamente, teremos de resgatar um pouco a história da difusão do futebol, um processo vigoroso e implacável, mas pleno de contradições. Esobretudo denso de questões que balizam nossa estrutura social.

Em primeiro lugar, devemos considerar que qualquer processo de inovação que se realiza fundamentalmente no âmbito sociocultural reveste-se, a princípio, de extrema complexidade. A mudança de valores simbólicos pressupõe todo um processo de gradual aceitação, cuja velocidade depende sobretudo do

contexto sociocultural local. Certamente haverá maior aceitação em ambientes cosmopolitas e “progressistas”, comparilhados por lugares conectados em redes internacionais, mas de um modo geral concordamos com Allen Guttmann (1994:174): são múltiplas as motivações que envolvem a adoção de uma novidade esportiva. Nosso objetivo é destacar que o processo de adoção de uma inovação no plano sociocultural tende a apresentar distintas etapas. No caso do futebol, podemos observar que seu completo advento perfaz diferentes níveis de adoção, variando do mais informal (práticas espontâneas, sem rigor espaço-temporal) ao mais “oficial” (realização de campeonatos programados por ligas organizadas, observando-se estritamente as normas vigentes, e sobretudo espacializando-se nos estádios, objetos geográficos especificamente criados para essa finalidade).

Nesse sentido, numa mesma localidade, entendemos que o futebol pode apresentar ou percorrer distintas etapas de inovação, conforme nos foi possível observar examinando-se ampla literatura sobre sua história em diversas localidades no Brasil, mas também em países como Argentina, Uruguai, Espanha, Portugal, França e Itália. Geramos assim o seguinte roteiro hipotético, que contém dez etapas:

a) a observação involuntária e casual (a princípio com repúdio e estranhamento) de ingleses (marinheiros, mineiros, etc.) informalmente jogando futebol em suas horas de folga; trata-se geralmente da primeira aquisição da informação;

b) a observação interessada e sistemática (com certa admiração e curiosidade) da mesma cena; início da aceitação da novidade, antes repudiada como alienígena, violenta, insana e ilógica;

c) o primeiro contato direto com a “pelota” e com as regras do jogo; aquisição de informações minuciosas, visando à correta operacionalização da prática esportiva;

d) o primeiro duelo informal, quase sempre em local improvisado, reunindo geralmente ingleses praticantes radicados no lugar e nativos interessados em aprender o futebol;

e) a formação/oficialização do primeiro clube de futebol nativo, que se propõe a promover a prática regular, difundir/ensinar o esporte inglês e realizar partidas, quando possível entre seus dois quadros internos; a informação começa a se expandir para além dos jovens esportistas;

f) a escolha/conquista de lugar específico e apropriado para a prática contínua do novo esporte (uma praça a ser demarcada, um baldio a ser aplainado ou, em cidades maiores, equipamentos esportivos já existentes e de grande extensão, como hipódromos e velódromos); a inovação começa a adquirir espacialidade própria;

g) a formação de novos clubes, propiciando o surgimento de rivalidades locais e nova motivação para a prática do futebol; a inovação inicia sua consolidação;⁴

h) a criação da primeira liga e consequentemente a realização do primeiro campeonato local; a inovação adquire

regularidade (treinamento e preparação tática das equipes) e reconhecimento social, integrando-se à vida cotidiana;

i) a construção do primeiro estádio, demarcando na paisagem urbana uma centralidade associada exclusivamente ao futebol, expressão de sua força econômica, política e social, e que facilita a participação em certames extra-locais;

j) a formação das torcidas, massas de indivíduos anônimos que prestigiam determinado clube e garantem arrecadação regular na venda de ingressos para as partidas; e assim, o futebol se consolida como lucrativa indústria do entretenimento e como base de apoio para formas populistas de projeção política individual.

Com base no roteiro hipotético apresentado, podemos falar em diferentes níveis ou estágios de adoção do futebol num determinado lugar. Em determinadas localidades no Brasil, onde a contribuição de bacharéis que retornavam de universidades européias adquiriu peso significativo, o futebol foi inicialmente adotado como um ritual aristocrático de distinção social. Mais tarde, foi sendo incorporado pelas camadas sociais menos favorecidas, às vezes impulsionadas por iniciativa das fábricas, tratando-se, portanto, de novo estágio de adoção da inovação. Esse circuito popular do futebol, que invade as ruas e os bairros periféricos, vai gerando talentos individuais que despertam crescente interesse nos clubes da liga principal, na medida em que vão surgindo os “torcedores anônimos”, aqueles que anseiam por vitórias do clube, não lhes importando se o time

é formado por jovens aristocráticos ou trabalhadores. A pressão do torcedor, reflexo da mudança da lógica da distinção social para a da competição esportiva, conduz paulatinamente ao fim do amadorismo no futebol. E, com ele, o decisivo advento do profissionalismo. Um marco fundamental na história social do esporte mais popular do mundo, que o consolidou como lucrativo espetáculo de massas, constituinte da imensa engrenagem do entretenimento urbano, gerando estádios cada vez maiores.

A construção do “jogo do futebol”, na forma como o entendemos hoje (esporte de massas e consagrada instituição nacional), demandou, portanto, um longo processo, por meio do qual as distintas camadas sociais foram se envolvendo com a inovação, redefinindo seus usos, gerando novos atores e significados sociais. Podemos também visualizar nesse processo a evolução de sua espacialidade: dos esporádicos rituais em redutos sociais privilegiados, amiúde improvisados em parques, à regularidade e ubiquidade dos grandes estádios das multidões, transpondo os muros dos colégios e das fábricas, para disseminar-se insidiosamente pelas ruas e becos da cidade.

Estádios são memória acumulada, vida coletivamente. Gigantescos templos de concreto, nos quais Freud já havia detectado uma dimensão “sagrada”. O formato “circular” das grandes arenas nos evocaria o eterno retorno dos tempos, exercício facilmente associado ao ciclo das temporadas esportivas. Meca de cânticos profanos, ao ingressar nesse

recinto o indivíduo vivencia a suspensão do tempo externo (Morris, 1981).

Essa evocação do estádio como espaço potencialmente sagrado é recorrente na literatura esportiva. O belo livro de Morris (1981) trata o estádio de futebol como “templo”, onde o cenário cumpre papel fundamental, pois até mesmo os grandes refletores, quando posicionados no alto de elevadas estruturas, podem ser comparados com primitivas formas totêmicas. São espaços de expressão do poder, concentração do poder e de uma dada forma de realização do poder.

O geógrafo John Bale (1994) aplicou princípios da topofilia para estudar a experiência humana no interior de grandes estádios e demais equipamentos esportivos. Acompanhar um evento esportivo dentro de um estádio lotado e vibrante em seus cânticos de incentivo ou desafio pode ser uma vivência única. Os estádios são assimportadores de memória e importantes conotações simbólicas.

No Brasil, o poder público começa, a partir da decretação do Estado Novo (1937), a construir grandes estádios de futebol, uma vez que esse esporte é elevado à condição de símbolo da brasilidade e da integração nacional. O Pacaembu, inaugurado em 1940, exemplifica bem esse momento. Dez anos depois, surge o Maracanã, primeiro estádio do mundo a superar a capacidade de 150 mil espectadores do lendário Circo Máximo, da Roma imperial. Mais tarde, o regime militar (sobretudo entre 1968 e 1980) se encarregará de difundir estádios superdimensionados por todas as capitais do país.

Contando com amplas arenas, excessiva cobertura midiática e subsídio governamental, o futebol durante décadas atraiu público numeroso no Brasil, tornando-se uma das principais diversões populares. Nos estádios, frequentemente lotados, o povo desenvolveu rituais próprios, carnavalescentes, ruidosos e coloridos, um cenário de festa ritualizada (Bromberger, 2001) que, no Brasil, nos últimos anos, vem se submetendo a crescente enquadramento.

Após uma trajetória de constante expansão, em números e porte físico, os estádios vêm apresentando, em escala mundial, nos últimos vinte anos, significativa redução de sua capacidade. A introdução de grandes patrocinadores e o advento da receita proveniente das transmissões dos jogos (outrora gratuitas) modificaram radicalmente a economia do futebol, na qual os ingressos deixaram de ser a principal fonte de rendimentos dos clubes e federações. Estádios lotados tornaram-se, portanto, muito menos necessários, não apenas pelo advento das novas fontes de receita, mas sobretudo por colocar em risco a própria qualidade do produto que se quer vender, notadamente em função dos conflitos entre torcedores e a ameaça que podem representar à integridade física dos jogadores, tornados valiosos astros milionários na nova economia do futebol.

Desde o acidente ocorrido no estádio de Hillsborough (95 mortos, em 1989), culminando com uma sequência de outras catástrofes ocorridas não apenas em estádios ingleses, o governo britânico

decidiu pela reforma radical de suas tradicionais e românticas arenas, seguindo as proposições do polêmico *Relatório Taylor* (LEMOINE, 1998; HORNBY, 2000). Todos os lugares nos estádios deveriam doravante possuir cadeiras, impondo aos espectadores uma atitude inteiramente diferente, condicionada, vigiada, cerceando seus movimentos individuais e coletivos. Recorremos ao escritor Nick Hornby (2000:75-76) para descrever esta nova era:

Portanto, é claro que é triste: as torcidas de futebol talvez ainda seja capazes de criar um novo ambiente que seja eletrizante, mas jamais poderão recriar o antigo, que exigia vastos números e um contexto no qual esses números pudessem se unir num único e imenso corpo reagente. (...) Os grandes clubes parecem ter-se cansado de suas torcidas, e sob certo aspecto, quem pode culpá-los? (...) As famílias de classe média – o novo público alvo – não só irão se comportar bem, como pagar muito mais para fazê-lo.

Este modelo aprisionante de estádio vem se difundindo pelo mundo. No final dos anos noventa, a Fifa impôs normas severas para jogos internacionais, incluindo esta: todos sentados, nada de carnaval, passeatas e movimentos afins. Os clubes aceitam, pois os novos consumidores, além de muito mais “comportados” (não interferem no andamento do jogo), aportam mais dinheiro nas bilheterias e consomem passivamente produtos dentro do estádio.

No Brasil, tais medidas vêm sendo adotadas paulatinamente. O Estatuto do Torcedor, implementado em 2003, prevê punição severa para transgressores: estes podem ser banidos dos estádios por longa temporada. No plano da arquitetura interna, alguns estádios ainda possuem um setor popular, junto ao campo de jogo, que os torcedores podem, a preços módicos (além de ficar em pé, expostos ao sol e à chuva, e com uma perspectiva precária dos movimentos gerais da partida), frequentar com regularidade. Ali o espectador é participante: seus gritos chegam aos ouvidos dos que estão em campo, bem como os objetos eventualmente arremessados. Há uma interlocução intensa, a mesma dos pequenos estádios de outrora, algo banido das grandes arenas modernas, que muito distanciam fisicamente o torcedor do jogador.

No Maracanã, esse setor se chamava “geral”, tomada como foco de bademeiros, das classes perigosas que destoam da nova ordem. No início de 2004, o Beira-Rio, principal estádio de Porto Alegre e um dos maiores do Brasil, fechou definitivamente sua “geral”, localmente denominada “coréia” (alusão ao precário compartimento dos navios destinados ao segmento inferior da tripulação). A imprensa local se resumiu a noticiar o fato como mal necessário, e o “fim do romantismo no futebol gaúcho”.

Uma nova cultura do futebol, que Giulianotti (2002) define como a do “pós-torcedor” (o espectador pós-moderno, com mais dinheiro e menos identificação e paixão pelo clube, mero consu-

midor do espetáculo), se expande mundialmente. Os estádios reduzem sua capacidade e elevam o preço dos ingressos. Uma nova forma de exclusão, tal como outrora foram excluídos desses espaços os negros e outros segmentos marginalizados da modernidade.

Na contra-mão da cultura popular, o Brasil celebra seus novos estádios como paradigmas de modernidade. Sob as ruínas impiedosas do velho e simpático estádio Joaquim Américo (de 1924), a cidade de Curitiba erigiu há cinco anos a Arena da Baixada, mais um símbolo de seu *citymarketing*, de sua imagem de cidade progressista e ordeira. Confortável, elitizado, com restaurante, lojas e amplo estacionamento, concebido dentro dos padrões vigentes, em que o estádio é um espaço de consumo. Igualmente, a cidade industrial fluminense de Volta Redonda inaugurou no início de 2004 o Estádio da Cidadania, também destruindo seu antecessor. Símbolo da capacidade empreendedora local, o novo estádio prima pela vigilância: são 40 câmeras, sendo 14 móveis e 26 fixas (em pontos estratégicos), para controlar todos os movimentos do torcedor. Por fim, temos o João Havelange, no Rio de Janeiro, inaugurado em julho de 2006, para os Jogos Pan-americanos. Equipamento caro, que corresponde precisamente às novas exigências da FIFA.

No interior do estádio, o panoptismo se realiza hoje de forma intensa e hierarquizada. Os diversos ângulos das câmeras captam qualquer movimento dos atletas, mesmo quando não estão participando da jogada. O mesmo com

a comissão técnica e árbitros. Mídia e torcedores dominam toda a cena. O policiamento, por sua vez, domina o comportamento do torcedor. Mesmo os profissionais da imprensa têm seu espaço e tempo específicos de atuação, controlados pelo sistema de segurança. Em síntese, o evento esportivo adquiriu alto grau de previsibilidade, submetido a inúmeras regras, um concerto de gestos eficientes, um verdadeiro espaço disciplinar.

Tentando concluir...

Não obstante sua magnitude e popularidade, o futebol foi durante muito tempo ignorado mundialmente pelos cientistas sociais. Podemos afirmar que no Brasil, até o final dos anos 1970, o futebol ainda não freqüentava a academia. Segundo Roberto DaMatta (1982:16), o futebol era tratado pelos intelectuais como caso de “*idiotice popular aguda*”. Sendo um instrumento da alienação do povo, somente a camada dominante seria capaz de entender seu real papel:

a massa permanece na escuridão de sua idiotice crônica, incapaz de perceber seu sistemático engano. (DaMatta, 1982: 22)

Nesse contexto, não havia lugar para uma reflexão mais séria e prolongada sobre o futebol, e poucas vozes se erguiam contra essa visão dominante. Em 1968, em livro ousadamente denominado “*sua majestade, o futebol*”, Eduardo Galeano criticou a postura acadêmica reinante ao afirmar que

la miseria no está escrita en los astros, suele pensar el intelectual

de izquierda, pero sí en el table-ro del estadio donde se marcan los goles; si no fuera por el fútbol, el proletariado adquiriría su necesaria consciencia de clase y la revolución estallaría. (Galeano, 1968:5)

Nos últimos anos, esse preconceito sem dúvida vem sendo quebrado, favorecendo a multiplicação de estudos e enfoques sobre o futebol. Todavia, seu entendimento enquanto complexo elemento de nossa formação cultural permanece nebuloso, preso a clichês e rótulos. O que pretendemos neste artigo foi realçar a magnitude do futebol e levantar algumas questões em torno da dimensão espacial de suas práticas, sejam elas de jogar ou de torcer.

Entendemos que o campinho corresponde a uma paisagem disseminada em território nacional, mas que vem sofrendo, sobretudo nos grandes centros urbanos, uma acentuada redução em virtude do processo de especulação imobiliária, do adensamento urbano e do aumento do tráfego. Por outro lado, os estádios vêm igualmente apresentando redução de sua capacidade de público.

Durante muito tempo, os estádios foram apropriados como espaços de expressão cultural, lugar da festa, no sentido que lhe emprega Henri Lefebvre (1991). Nas últimas duas décadas, um conjunto progressivo de intervenções diversas, na arquitetura e nos regulamentos de uso, vem promovendo um aumento significativo do controle sobre os corpos, ritos e manifestações coletivas.

Acreditamos que essa nova ordem,

essa nova anatomia política dos estádios, não se disseminará completamente. Tampouco será acatada plenamente por seus usuários. Há o torcedor contestador e as torcidas organizadas, com potencialidade de contraposição às estratégias de controle, gerando constantes conflitos com a nova ordem constituída. E sobretudo persistem os pequenos e/ou velhos estádios, aqueles onde o circuito milionário do futebol não circula. Pertencem a um outro circuito, marginal, mais informal, em que a arquitetura e o ordenamento espacial são bem mais flexíveis. E a tradicional cultura do futebol pode se realizar, com sua linguagem própria, sua interlocução intensa entre o torcedor participante e os que estão em campo de jogo. São estádios que ainda expressam uma cultura regional, que interagem com o lugar onde estão inseridos. Uma outra geografia.

NOTAS

1 Segundo a FIFA, o Brasil possuía cinco dos dez maiores estádios do mundo em 1990 (Murray, 1996: 193). Em 1978, sua participação era ainda mais significativa, apresentando sete estádios neste seleto grupo (Mason, 1995:64), o que muito bem reflete o “boom” de construção de estádios gigantes patrocinado pelo regime político instalado em 1964. Através do subsídio para manter ingressos baratos aos estádios e da política de retenção no país dos grandes ídolos nacionais (como Pelé), o futebol desempenhou relevante papel na sustentação do regime de exceção no Brasil.

2 Segundo Roberto Da Matta (1982:33-4), as vitórias em Copas do Mundo são apro-

priadas como um ritual de “vingança nacional”, ao reverter momentaneamente uma visão de que o Brasil seria, no cenário mundial, um país menor ou destinado ao fracasso, condicionado pelas mazelas históricas do colonialismo português, da escravidão, do analfabetismo etc. A vitória numa Copa do Mundo pode ainda exaltar a valentia, o espírito de luta, a habilidade corporal e a lealdade patriótica do povo mestiço representado no campo de jogo, herói do triunfo internacional, em detrimento da incompetência burocrática de nossas elites encasteladas no poder.

3 O Núcleo de Sociologia do Futebol da UERJ, sob a direção do Prof. Mauricio Murad, encaminhou na década de noventa uma consulta a todos os municípios brasileiros então existentes, indagando sobre a disponibilidade de equipamentos de uso coletivo inclusive nas sedes distritais. Tal levantamento revelou o “campinho” de futebol como elemento da paisagem mais freqüente que a igreja ou qualquer equipamento de uso coletivo. E como o espaço mais importante da vida comunitária, onde se realizam os eventos do calendário festivo, social e mesmo religioso.

4 No Brasil, aspectos correlacionados como a precariedade da rede viária, a baixa densidade demográfica e a debilidade da rede urbana, vigentes nas primeiras décadas do século, favoreceram a formação de rivalidades futebolísticas de âmbito estritamente local, ao contrário do que se pode notar nos países europeus. Tal localismo se expressa ainda hoje em confrontos considerados “clássicos”: o tradicional Fla-Flu no Rio de Janeiro, o San-são (Santos x São Paulo), o Ba-vi (Bahia x Vitória, em Salvador), Atle-tiba (Atlético x Curitiba, nesta capital), Come-Fogo (Comercial x Botafogo, em Ribeirão Preto) etc. A per-

sistência dos certames estaduais no futebol brasileiro, em plena era de expansão das competições internacionais, é outra herança das antigas configurações territoriais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALE, John. *Landscapes of modern sports*. Leicester: Leicester University Press (UK), 1994.

BARTH, Gunther. *City people: the rise of modern city culture in nineteenth century America*. Oxford: Oxford University Press, 1980.

BONIFACE, Pascal. *Géopolitique du football*. Paris: Editions Complexe, 1998.

BROMBERGER, Christian. El hinchismo como espectáculo total: una puesta en escena codificada y paródica. *Lecturas: Revista Digital*, año 7 - n° 36. Buenos Aires, mayo de 2001.

BROHM, Jean-Marie. Le spectacle du football impérialiste. In: _____. *Les shootés du Stade*. Paris: Éditions Paris-Méditerranée, 1998.

CANTER, David. *Football in its place: an environmental psychology of football grounds*. London: Routledge, 1989.

DA MATTA, Roberto et al. *O universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

DUKE, Vic. The drive to modernization and the supermarket imperative: who needs a new football stadium? In: GIULIANOTTI,

- R. e WILLIAMS, J. (orgs.). *Game without frontiers: football, identity and modernity*. Adershot: Arena, Brookfield: Ashgate, 1994, p. 129-152.
- DUNNING, Eric, SHEARD, K. *Barbarians, gentlemen and players*. Oxford: Martin Robertson, 1979.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir*. Petrópolis: Editions Gallimard, 1975.
- _____. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Portinho Cavalcanti Editora, 1982.
- GAFFNEY, Christopher e BALE, John. The stadium experience. In: BALE and VERTINSKY (eds.). *Sites of sport: place, space and experience*. London: Frank Cass, 2003.
- GALEANO, Eduardo. *Futebol ao sol e à sombra*. Porto Alegre: L&PM, 1995.
- GIULIANOTTI, Richard. *Sociologia do futebol: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões*. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.
- GUTTMANN, Allen. *Games and empires: modern sports and cultural imperialism*. N. York: Columbia University Press, 1994.
- HORNBY, Nick. *Febre de bola: a vida de um torcedor*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- LEFEBVRE, Henri. *O direito à cidade*. São Paulo: Editora Moraes, 1991.
- LEMOINE, Bertrand. *Les stades en gloire*. Paris: Gallimard, 1998.
- MASCARENHAS, Gilmar. Construindo a cidade moderna: a introdução dos esportes na vida urbana do Rio de Janeiro. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, CPDOC (Fundação Getúlio Vargas). Nº 23, p. 17-39, junho de 1999.
- _____. *A bola nas redes e o enredo do lugar: uma geografia do futebol e de seu advento no Rio Grande do Sul*. (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana. São Paulo: USP, 2001, 269 p.
- _____. Considerações teórico-metodológicas sobre a difusão do futebol. *Scripta Nova - Revista Eletrônica de Geografia y Ciencias Sociales*, Barcelona, vol. 4, número 69 (23), agosto de 2000 (a). www.ub.es/geocrit.
- MORRIS, D. *The soccer tribe*. London: Cape, 1981.
- MURRAY, Bill. *Football: a history of the world game*. Aldershot Hants: Scolar Press, 1996.
- Gilmar Mascarenhas** é Doutor em Geografia Humana (USP, 2001) e professor adjunto do Departamento de Geografia da UERJ.

