

**MAIS DO QUE PENDURAR AS CHUTEIRAS: PROJETOS
SOCIAIS DE EX-JOGADORES DE FUTEBOL FAMOSOS**

por

Carlos Henrique de Vasconcellos Ribeiro

**Tese Apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em Educação Física da
Universidade Gama Filho
Como Requisito Parcial à Obtenção do
Título de Doutor em Educação Física**

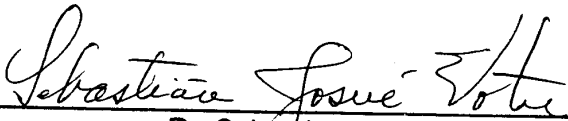
Janeiro, 2004

MAIS DO QUE PENDURAR AS CHUTEIRAS: PROJETOS SOCIAIS DE EX-JOGADORES DE FUTEBOL FAMOSOS

CARLOS HENRIQUE DE VASCONCELLOS RIBEIRO

Apresenta a Tese

Banca Examinadora


Dr. Sebastião Josué Votre
(Orientador)


Dr. Ronaldo Heral


Dr. Lamartine Pereira DaCosta


Dra. Ludmila Mourão


Dr. Carlos Alberto Figueiredo da Silva

Janeiro, 2004

*À Dona Glória e ao Seu Ribeiro,
pais dedicados e maravilhosos que me
ofereceram a maior das riquezas:
educação.*

*Para Roberta Carolina, a mulher
que faz minha vida ser melhor, muito
melhor, quando está ao meu lado.*

Meus agradecimentos são para:

Deus, por me oferecer o melhor da vida, todos os dias.

Meu anjo da guarda, que me acompanha em todos os momentos e deve ter sempre muito trabalho comigo.

Meus irmãos André, Sérgio e Marco, que dividem comigo os bons e maus momentos da minha vida.

Thays, Shawlnee e Yan, crianças que me mostram como o tempo está passando rápido demais para vê-los crescendo.

Prof. Dr. Sebastião Josué Votre, pelo seu caráter, personalidade e conhecimento. Por me mostrar a riqueza das interpretações e os deslizos das palavras.

Prof. Dr. Lamartine Pereira DaCosta, por sua ajuda preciosa durante a qualificação desta pesquisa.

Prof. Dr^a Ludmila Mourão, pelas críticas e incentivos desde o começo desta pesquisa.

Prof. Dr. Ronaldo Helal, pelos ricos *insights* e primeiras leituras no campo do futebol.

Prof. Dr. Carlos Figueiredo, por compartilhar idéias do futebol.

Prof. Dr. Paul Dimeo, pela orientação e suporte em minha estadia na Escócia.

Ao demais Professores do Departamento de Esporte da Universidade de Stirling, pelas críticas, sugestões e comparações.

Prof. Helder Guerra de Resende, por sua organização, apoio e atenção dedicados aos alunos do PPGEF/UGF.

Profs. Antônio Jorge Soares, Hugo Lovisolo, Nilda Teves Ferreira, Vera Lucia de Menezes Costa, por suas leituras, conhecimentos e experiências desse mundão acadêmico.

Prof. Jorge Bernardo Fabri, pela sensibilidade e amizade.

Prof. Márcia Trigueiro, pela revisão deste texto.

Bebeto, Dunga, Jorginho, Leonardo e Raí, informantes e colaboradores desta pesquisa.

CAPES, por financiar esta pesquisa.

RIBEIRO, Carlos Henrique de Vasconcellos (2003). **Mais do que pendurar as chuteiras: projetos sociais de ex-jogadores de futebol famosos**. (Tese de Doutorado). Rio de Janeiro: PPGEF/UGF.

Orientador: Prof. Dr. Sebastião Josué Votre

RESUMO

Este estudo encontra-se inserido no âmbito da linha de pesquisa Representações Sociais da Educação Física, Esporte e Lazer, do curso de Pós-Graduação em Educação Física da Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, e como foco central investigar o discurso de ex-jogadores de futebol famosos que mantêm projetos sociais nas periferias das grandes cidades brasileiras. Os objetivos do estudo foram (1) investigar a representação social de ex-jogadores de futebol sobre suas iniciativas no terceiro setor e (2) Analisar questões acerca da fama, sucesso e aposentadoria na trajetória de vida desses ex-jogadores e seu impacto na obtenção de recursos para seus projetos sociais. O suporte teórico utilizado está pautado nas obras de Campbell (1973) Campbell e Moyers (1988), Caillois (1972), Eliade (1992) e Rubio (2001), para estabelecer características do herói dentro do espaço esportivo, bem como demonstrar que a trajetória esportiva pode vir a influenciar a imagem de um ex-jogador de futebol famoso junto aos torcedores e à mídia, e suas opções de vida após a aposentadoria. Também são feitas referências às obras de DaMatta (1988,1997), Helal (1990, 1997, 1998, 2001), Giulianotti & Finn (2000), entre outros, procurando situar o futebol como espaço privilegiado no meio esportivo para suscitar questões acerca da identidade e das representações. No tocante à mídia e ao espetáculo televisivo, é a partir de Debord (1997) e Tannen (1998) que se destaca o papel da imagem do jogador de futebol junto aos patrocinadores e à indústria do entretenimento. A investigação foi do tipo exploratória, seguindo uma abordagem qualitativa dos dados analisados, com a atenção voltada para o discurso desses ex-atletas. Para a coleta de dados foram adotados a entrevista semi-estruturada e o diário de campo, que servia para as anotações e descrições dos ambientes investigados. O suporte teórico-metodológico das Representações Sociais e da Análise do Discurso foram os instrumentais utilizados para a apreensão dos sentidos captados na falas dos entrevistados, visto que é na contradição e na ambigüidade que os sujeitos deslizam por diferentes papéis sociais em suas realizações fora dos gramados. Como conclusão, destacam-se o desejo pessoal próprio, a acumulação de capital durante a trajetória esportiva e a possibilidade de extensão do nome, mesmo fora da carreira de jogador, que impulsionam esses projetos sociais a ganharem visibilidade na sociedade brasileira.

RIBEIRO, Carlos Henrique de Vasconcellos (2003). **More than hanging up their boots: Brazilian ex-football players and their charity projects.** (Doctor Program Thesis). Rio de Janeiro: PPGEF/UGF.

Advisor Professor: Professor Dr. Sebastião Josué Votre

ABSTRACT

This survey was developed in the scope of studies related to the research line Social Representations in Physical Education, Sports and Leisure, in the Post-Graduation Program in Physical Education at Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro. Its central focus is to investigate the discourse of former football players that develop non-profit projects in some Brazilian poor areas. The objectives of this study were (1) to investigate the social representation of former football players about their work on the third sector, and (2) to analyze topics about fame, success and retirement in former football players and its influence to keep the social projects working. The theoretical support stems from the works by Campbell (1973), Campbell & Moyers (1988), Cailliois (1972), Eliade (1992) and Rubio (2001) to make relations about the hero inside the sport field and to prove that the hero's trajectory can be associated with the image of many famous former football players and their relations with the fans, the media, and their choices after they stop playing. The studies of DaMatta (1988, 1977), Helal (1990, 1997, 1998, 2001) and Giulanotti & Finn (2000) were used to put football as a privileged area to bring up questions about identity and representations in a post modern era. As for media and its television's show, the works of Debord (1997) and Tannen (1998) were used to discuss the image's role of the football player and its importance for sponsors and the entertainment industry. The research was of the exploratory type, following a qualitative approach to the analyzed data. The attention was focused on the former football players' discourses. The instruments employed for the data collection were the semi-structured interview and the field diary, that received notes and descriptions of the investigated environments. The theoretical-methodological support of Social Representations and Discourse Analysis were used to apprehend the senses depicted from the interviewed former athletes' speech, since only in contradiction and ambiguity do the subjects slide through the social roles they choose as way of life. The conclusions can be divided as follow: the football player's wish, his good financial situation and the possibility to keep his name "alive" after he stops playing are the motives that keep those organizations functioning in Brazil.

SUMÁRIO

	Página
LISTA DE ANEXOS	ix
CAPÍTULO	
I. A CONSTRUÇÃO DO OBJETO	1
1.1 - Organização do Estudo	1
1.2 - Introdução	2
1.3 - Hipótese	13
1.4 - Objetivos do Estudo	14
1.5 - Questões a Investigar	14
1.6 - Relevância do Estudo	14
1.7 - Estratégias Metodológicas	18
1.7.1 - População e Amostra	18
1.7.2 - Instrumentos	19
1.7.3 - Fundamentação Teórica	20
1.7.3.1- Um Olhar sobre a teoria das Representações Sociais	21
1.7.3.2 A Análise do Discurso como Recurso Metodológico	25
II. O JOGADOR DE FUTEBOL E SUA TRAJETÓRIA HERÓICA	30
2.1 - O Herói Esportivo	30
2.2 - O Esporte e sua Secularização	32
2.3 - Os Ritos de Passagem no Futebol: O Retorno à Vida Comum	34
2.4 - As Narrativas de Vida: Pobreza, Talento e Sucesso	40
2.5 - O Herói Esportivo e suas Relações com a Mídia	49
2.6 - O Passo Seguinte Após o Parar: O Que Fazer?	56

III. OS PROJETOS SOCIAIS DE EX-JOGADORES DE FUTEBOL FAMOSOS _____ 66

3.1 - O Terceiro Setor no Brasil	67
3.2 - O Local de Ação das Instituições	76
3.3 - As Instituições dos Ex-jogadores Pesquisadas	81
3.3.1 - A Fundação Gol de Letra	85
3.3.1.1 - A Fundação Gol de Letra com Sede na Cidade de São Paulo	90
3.3.1.2 - A Fundação gol de Letra com Sede na Cidade de Niterói	93
3.3.2 - O Instituto Bola pra Frente na Cidade do Rio de Janeiro	95
3.3.3 - O Instituto Dunga de Desenvolvimento Cidadão na Cidade de Porto Alegre	102

IV. INTERPRETANDO A FALA DOS INFORMANTES _____ 110

4.1 - O Projeto Social: Heróis entre Malandros	113
4.2 - A Imagem Pessoal como Fonte Geradora de Riqueza	126
4.3 – O Campo de Ação das Instituições Pesquisadas	137
4.4 - A Privatização das Ações Públicas	149
4.5 - O Futuro das Instituições dos Ex-Jogadores	160

V. CONSIDERAÇÕES FINAIS _____ 167**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS** _____ 174**BIBLIOGRAFIA CONSULTADA** _____ 179**ANEXOS** _____ 180

LISTA DE ANEXOS

Anexo	Página
1. Notas Biográficas dos Ex-Jogadores Entrevistados _____	181
2. Redes de Comunicação do Terceiro Setor na Internet _____	186
3. Roteiro da Entrevista _____	189
4. Material de Divulgação das Fundações Investigadas _____	191



Nesta foto estão os cinco principais entrevistados de nossa pesquisa. Da esquerda para a direita, em pé: Taffarel, Márcio Santos, Aldair, Leonardo, Mauro Silva, Jorginho, Dunga, Romário, Bebeto, Raí e Zinho. Seleção Brasileira de Futebol em partida realizada contra a Seleção de Camarões no dia 24 de junho de 1994, pela Copa do Mundo nos Estados Unidos da América. (Fonte: Agência O Globo)

I. A CONSTRUÇÃO DO OBJETO

1.1 - Organização do Estudo

Nossa pesquisa se desenvolve em cinco capítulos:

No Capítulo I desenvolvemos temas que introduzem os leitores aos tópicos que iremos problematizar: aposentadoria no futebol, imagem pública e terceiro setor. Na segunda metade deste capítulo indicamos as estratégias metodológicas utilizadas na investigação.

No Capítulo II estabelecemos características do herói dentro do espaço esportivo, bem como demonstramos que a trajetória esportiva influencia, em seu aspecto geral, a imagem de um ex-jogador de futebol famoso junto aos torcedores e à mídia, e suas opções de vida após a aposentadoria. Também buscamos situar o futebol como espaço privilegiado no meio esportivo suscitando questões acerca da identidade e representações. No tocante à mídia e ao espetáculo televisivo, destacamos o papel da imagem do jogador de futebol junto aos patrocinadores e à indústria do entretenimento.

No Capítulo III, com base na literatura sobre a atuação do terceiro setor e suas variadas formas de ação junto à sociedade brasileira, analisamos a especificidade dos projetos sociais desenvolvidos por ex-jogadores de futebol. São partes deste capítulo as investigações desenvolvidas por Coelho (2000), Fernandes (1994), Landim (2002) e Szazi (1998).

No Capítulo IV analisamos o discurso dos ex-jogadores e demais sujeitos do presente estudo, fazendo relações com o material teórico apresentado nos capítulos anteriores.

1.2 - Introdução

A vida produtiva de uma pessoa que se dedica à profissão de atleta pode ser considerada curta, em seu aspecto geral, se comparada a outras atividades. Em outras carreiras, é normal que um indivíduo atue em uma mesma área durante muitos anos, havendo, inclusive, a possibilidade de continuar trabalhando na terceira idade. Mas a duração da profissão de um atleta profissional – e, no caso em que nos deteremos, a do jogador de futebol – não ultrapassa, em média, os trinta e cinco anos de idade. Ainda é raro, no Brasil, encontrar jogadores que alcançam os quarenta anos de vida atuando como profissionais nos clubes de grande expressão.

O fato de perceber o corpo como um elemento que não responde como anteriormente aos estímulos necessários é fator de angústia e tristeza para muitos atletas, pois a decadência física está diretamente ligado ao menor rendimento atlético e, por vezes, considerar que um atleta está ficando “velho” pode ser motivo de humor, ironia e zombaria no Brasil¹.

O que garante ao jogador de futebol vaga em sua posição dentro da equipe é a concretização de bons resultados, a conquista de campeonatos e a realização de gols. Enquanto isso ocorrer, o jogador mantém sua vaga nas equipes de expressão, mesmo que já tenha ultrapassado a barreira dos trinta e poucos anos. Caso contrário, a ida para outros clubes no exterior ou para clubes de menor porte no Brasil é normalmente um solução parcial para quem ainda tem o desejo de continuar em atividade. O esporte e sua

¹ Uma charge publicada no jornal *Extra* de 19 de setembro de 2001 pode nos ajudar a entender um pouco mais os significados do envelhecer dentro do futebol. Nela, os jogadores Romário e Bebeto, que estavam compondo a dupla de ataque do Vasco, aparecem como dois velhinhos, inclusive usando bengalas e óculos.

relação imediata com a performance física impõe limitações a todos que dele tomam parte. Um dia será preciso parar.



(Fonte: revista *Placar*, agosto de 2003)

Mas até quando é possível prolongar a profissão de atleta de futebol?

Para muitos existe a possibilidade de alguns anos de trabalho pela frente; para outros pode ocorrer uma contusão, ou seguidas contusões, troca de clubes, diminuição do salário, perda de prestígio perante os demais colegas ou esquecimento por parte de seus admiradores, antecipando o abandono desta profissão.

Elias (2001), ao considerar as questões do envelhecimento e da morte nas sociedades desenvolvidas ocidentais, compreende que fatores como a extensão da vida individual, a compreensão sobre a experiência da morte como estágio final de um processo natural e o alto grau de individualização constroem nos indivíduos sentidos complexos e distintos do envelhecer. Os jogadores de futebol ao chegarem na fase dos “trinta e poucos anos” devem estar preparados para parar de jogar de futebol, mesmo que muitos estejam em melhores condições físicas que a maioria da população sedentária das grandes metrópoles.

De Masi (2000) afirma que no ano 2015 o número de horas/vida passará das atuais 700 mil para cerca de 850 mil horas. Ou seja, com o avanço da medicina seremos capazes de viver mais, estendendo projetos da vida profissional e afetiva. Porém, uma profissão como a de jogador de futebol terá ainda o binômio idade-performance como ponto de referência. Envelhecer, em muitas profissões, não representa necessariamente sinais de recolhimento e morte, sobretudo na fase considerada como “terceira idade”. Segundo o autor, *“por velhice se deve entender somente a fase terminal da vida humana: os dois ou três últimos anos que precedem a morte e que infelizmente, com frequência, são caracterizados por uma inabilidade física e psíquica”* (p. 275).

Mas envelhecer, no esporte, representa deixar um posto e assumir outro; morrer simbolicamente para uma atividade e tentar sobreviver em outras. Em relação à morte e ao futebol, o ex-jogador Falcão afirma que “*O jogador de futebol é uma pessoa que morre duas vezes*” (in Maurício, 2002, p. 57). Acreditamos que Falcão se refere à primeira morte quando simbolicamente o jogador deve se retirar dos gramados, e à segunda, quando verdadeiramente deixa de viver. Mesmo que a aposentadoria no futebol seja um momento difícil, esses ex-jogadores devem ser capazes de fugir de uma inevitável e previsível “morte pública” (Giulianotti, 1999), que os afaste do saudosismo, das imagens e gols do passado.

Diferentemente de outras profissões que possibilitam um tempo de atividade alargado, os esportistas devem se preparar para abandonar as piscinas, quadras e campos de futebol em uma idade considerada precoce para a aposentadoria. “Pendurar as chuteiras” para o jogador de futebol não representa o final de uma vida produtiva, ela faz surgir outras possibilidades: ser técnico, empresário ou político, em uma idade considerada ainda jovem para a maioria dos brasileiros (em torno dos quarenta anos), mas até certo ponto tida como tardia para o início de uma nova atividade profissional. Esses ex-atletas também precisam saber viver com o tempo livre que agora começa a lhes sobrar, pois o envolvimento com treinos, jogos, viagens, dietas e toda uma autodisciplina física que os acompanhou durante mais de 20 anos de profissão e que, finalmente, devem ser deixados de lado.

Rubio (2002) considera que o herói é aquele que “*nasceu para competir*”. Mas o ex-atleta é aquele indivíduo que não compete mais. Ele fica alijado daquilo que aprendeu após sucessivos anos de treino, dedicação e esforço pessoal. Em uma atividade profissional como a do jogador de futebol estar longe dos holofotes, da torcida e do

reconhecimento público pode por vezes ser complicado não apenas financeiramente mas também social e psicologicamente para alguns atletas que conseguiram fama e sucesso em nível nacional e internacional.



A foto acima mostra o caso do ex-jogador de futebol Delel, que conquistou uma vaga na Câmara dos Deputados, em Brasília, no ano de 2002.

Ao se transformarem em ex-jogadores, alguns poucos desfrutam ainda de uma fase positiva da fama, sendo reconhecidos em lugares públicos, dando autógrafos,

emitindo opiniões sobre a situação de seus ex-clubes, fato que muitas vezes permite que a imprensa compare a trajetória esportiva de um ex-craque com a de outros jogadores em ascensão. Mas como não fazem mais gols, belas jogadas nem disputam mais títulos, devem, em um futuro não muito distante, acostumar-se a viver em um período de esquecimento público por parte da mídia e admiradores.

Em estudo anterior, sobre a trajetória de ex-jogadores de futebol famosos e seu período de vida durante a aposentadoria dos gramados (Ribeiro, 2001), demonstramos que uma personalidade como Roberto Dinamite tem facilidade em ajudar seus colegas de profissão, além de ser capaz de desenvolver projetos esportivos com crianças e ex-atletas do futebol no interior do Estado do Rio de Janeiro. Esta iniciativa, entre outras, permitiu que este ex-jogador fosse premiado como o “Voluntário do Ano” na categoria esportista, em 2001, e também se tornasse deputado estadual pelo Estado do Rio de Janeiro, em duas eleições, nos anos de 1998 e 2002.

Poupança, imóveis, empresas e carros são uma das maneiras de se preparar para o futuro em nível de acúmulo material, de resguardar-se de um futuro sombrio que levou diversos outros ex-jogadores das gerações anteriores a terem problemas, não só financeiros mas também de ordem psicológica e social. Ser um atleta famoso neste novo milênio habilita aos poucos escolhidos serem contemplados com quantias em dinheiro e premiações muito superiores às dos atletas que se consagraram nas décadas de 1960, 1970 e 1980. Como exemplo, o tenista brasileiro Gustavo Kuerten acumulou em seis anos de carreira profissional a quantia de US\$ 13 milhões até o final do ano de 2001. Mas John McEnroe precisou atuar cerca de 15 anos no circuito internacional de tênis

para perfazer a quantia de US\$ 12,5 milhões². No futebol, o ex-jogador Tostão recebia mensalmente US\$ 14.000 de salário no ano de 1971, o ex-jogador Zico cerca de US\$ 21.000 dez anos depois, e Ronaldo (Real Madrid) ganhava cerca de US\$ 500.000 mensais no ano de 2002³. É compreensível, portanto, que esses ex-atletas ao se aposentarem tenham a capacidade de montar e expandir suas atividades em várias áreas de investimento, e que poucos desses privilegiados não sejam habilidosos o suficiente para garantir um futuro mais tranqüilo para si e para os demais membros de suas famílias. É representativa em nossa memória a situação de penúria, descaso e sofrimento por que passaram ex-jogadores que tiveram problemas no período de aposentadoria, tais como Garrincha, Reinaldo, Perivaldo, Josimar, entre outros. Esses ex-jogadores entraram em um período de ostracismo e sabemos da dificuldade financeira, psicológica e social que é o de se despedir dos gramados, tornando-se um anônimo depois de ter vivido a fama e a consagração da carreira, como abordado por Souto (2000).

Abaixo ilustramos como a mídia esportiva trata determinados craques do futebol que tiveram problemas durante e após sua carreira dentro do esporte. Neste exemplo, o ex-jogador Maradona, que teve problemas de dependência química, e como a mídia tem



² Cf. Jornal *Extra*, 19 dez. 2001.

³ Cf. Revista *Veja*, n. 1821, set. 2003.

reforçado sua decadência física.

Mas como os jogadores de futebol lidam com a perspectiva de continuidade ou não de seu nome no esporte?

Eles conquistaram fama dentro e fora do mundo esportivo, mas terão de aprender a conviver com o fato de que não mais poderão participar do esporte como atletas, que suas conquistas se tornarão voz do passado e que serão espectadores do futebol das próximas gerações.

Na transmissão de uma partida da Seleção Brasileira de Futebol realizada pela Rede Globo de Televisão em agosto de 2001, o ex-jogador Casagrande, hoje atuando como comentarista esportivo, declarou que tinha vontade de estar realmente dentro de campo, vestindo a camisa da Seleção, participando, atuando como jogador. Além da atuação como comentaristas, técnicos ou dirigentes esportivos, fundar escolinhas de futebol se torna uma outra maneira lucrativa para esses esportistas, e também bastante comum no sentido de manter viva a relação com a atividade profissional anteriormente exercida. Atualmente, todos os jogadores de futebol famosos e bem-sucedidos são potenciais empresários de si mesmos, pois sabem como negociar seus passes e seus contratos de imagem com os clubes nos quais escolhem atuar e também empresariam jogadores das divisões de base (Carrano, 2000). Essa pequena parcela de jogadores detém capital financeiro suficiente até mesmo para patrocinar atletas de outras modalidades esportivas ou a capacidade de montar a estrutura de clubes inteiros, normalmente de pequeno porte, em diversas cidades brasileiras.

Mas uma outra iniciativa vem ganhando corpo a cada ano no cenário nacional: a criação de fundações que procuram oferecer iniciação esportiva, artística e complementação escolar a crianças e adolescentes das camadas menos favorecidas da

população. Observamos que alguns jogadores de futebol em fase final de carreira, bem como ex-jogadores famosos têm promovido a implementação de projetos esportivos, que muitas vezes alcançam uma dimensão que vai além do ensino do futebol, revelando também o cunho social dessas atividades. Esses ex-jogadores aparecem criando, patrocinando e coordenando espaços que podem estar exercendo uma ação político-social que o poder público não alcança, ou pela qual os clubes tradicionais não se interessam. Esses ex-atletas estão criando novas perspectivas de trabalho no campo esportivo, formando redes de ação e construindo um novo e seleto grupo de tribos neste novo milênio em que a fama, o sucesso e os títulos internacionais fazem desses atletas uma parcela de privilegiados tanto no aspecto de reconhecimento profissional como financeiro.

Para Mafesoli (*apud* Hugson, 2000), o conceito de novas tribos pode ser considerado como a forma encontrada pelos indivíduos de renegociarem suas identidades através dos diversos tipos de afiliação, tais como o pertencimento a um clube, ou, no caso aqui abordado, a passagem pela Seleção Brasileira de Futebol.

Algumas Iniciativas de Ex-jogadores

A seguir relacionamos algumas iniciativas de renomados jogadores do futebol brasileiro: Raí (“Voluntário do Ano” na categoria esportista, em 2000) e Leonardo inauguraram a fundação “Gol de Letra”, que objetiva oferecer assistência às crianças de rua nas cidades de São Paulo e Niterói, atendendo cerca de 500 crianças; Romário criou o projeto “Romarinho”, em parceria com a Companhia Vale do Rio Doce, que atende cerca de 100 adolescentes das classes menos favorecidas, com idade entre 14 a 17 anos em Itabira (MG) e Vitória (ES), cidades onde a mineradora tem forte presença

econômica; Jorginho e Bebeto construíram um centro esportivo no bairro de Guadalupe, zona norte da cidade do Rio de Janeiro, o Instituto Bola Pra Frente, atendendo cerca de 500 crianças e adolescentes; Dunga criou o Instituto Dunga, que, em parceria com a Associação Cristã de Moços (ACM) do Estado do Rio Grande do Sul, atende cerca de 400 crianças na cidade de Porto Alegre; Júnior criou uma fundação no bairro de Realengo que visa atender cerca de 400 crianças da região (também na cidade do Rio de Janeiro) com atividades esportivas, especificamente o ensino do futebol.

Entre outras atividades sociais que os jogadores de futebol promovem está, por exemplo, a nomeação de Ronaldo, atualmente jogador do Real Madrid, como embaixador mundial do UNICEF, que também se constitui em uma forma de relacionamento que o esporte e a ação social vêm adquirindo nos últimos tempos. Este jogador, inclusive, após a conquista do pentacampeonato mundial de futebol, em 2002, doou o prêmio que recebeu da CBF para instituições como a Fundação Gol de Letra e o Instituto Nacional do Câncer. Observamos também uma aproximação da FIFA com o UNICEF, em que a imagem de diversos craques internacionais é utilizada para campanhas assistenciais que têm como objetivo angariar recursos para a manutenção dos projetos sociais de milhões de crianças em situação de risco social, sobretudo as que vivem no continente africano. No Anexo 2, disponibilizamos aos leitores os *sites* das organizações acima citadas, bem como uma lista de outras que disponibilizam ajuda e solidariedade no âmbito do terceiro setor.

Consideramos que esses esportistas se constituem em uma nova geração de atletas do esporte moderno, variando pouco em termos de idade, e que alcançaram destaque nacional e internacional em sua trajetória esportiva. Enquanto Júnior foi um craque da geração dos anos 1980 (que não conquistou nenhuma Copa do Mundo pela

seleção brasileira), Raí, Leonardo, Jorginho, Bebeto e Dunga fazem parte da geração dos anos 1990, grupo seleta de jogadores que conquistou a Copa do Mundo no ano de 1994 e que, por isso, é sempre identificada com uma maneira de jogar distante da considerada esteticamente brilhante para os torcedores brasileiros, em que ganhar uma competição esteja aliada ao ideal de jogar bem, bonito e de forma convincente (Lovisol, 1998).

Em nossa pesquisa, concordamos com os escritos de Mannheim (*apud* Hoge, 2000), que afirma que uma geração

“a) shares a ‘common location in the social and historical process’ which limits it to a ‘specific range of potential experience’, predisposing it for a certain characteristic mode of thought and experience; b) has a ‘common destiny’ or interest just as that of a socioeconomic class; and c) exhibits ‘identity of responses, a certain affinity in the way in which all move with and are formed by their common experiences’”. (p. 388) (a) divide um espaço comum no processo social e histórico cujo os limites específicos estão predispostos na experiência e vivência dos modos de pensamento e vivência; b) existe um destino ou interesse comum, tais como uma classe social; c) apresenta uma identidade de ação, uma espécie de afinidade na maneira que todos agem e estão integrados por suas experiências cotidianas).

A geração de atletas de futebol a ser tomada como objeto de estudo nesta pesquisa tem se associado a uma imagem pública politicamente correta, considerando-se a forma como vem participando de projetos sociais que envolvem a adesão de outros indivíduos e empresas na prática do voluntariado e da solidariedade social.

A maioria desses atletas parece repetir uma história pessoal de origem humilde, alcançando a glória a partir do sacrifício pessoal. Representam o mito do herói encarnado nas estrelas do esporte moderno, com a mídia passando a ter um grande papel na divulgação da trajetória de sua vida de craques (Helal & Coelho, 1996).

Para Campbell e Moyers (1988), é possível estabelecer diferenças entre celebridades e heróis. Enquanto as primeiras vivem apenas para si mesmas, os últimos acabam adquirindo funções que podem ser consideradas pedagógicas, pois os heróis têm sempre algo a ensinar à sociedade, mostrando que sua trajetória de sacrifício e ascensão pode vir a ser seguida por outras pessoas, reforçando a idéia de realização, vitória e sucesso pessoal.

No caso dos ex-jogadores, é a personificação da imagem que irá possibilitar a criação de novos empreendimentos esportivos, e ainda revelar novos craques para o futebol, fazendo dos ex-jogadores empresários e receptores de investimentos. Os ex-craques fazem parte da representação de uma parcela da população que “deu certo”, “que venceu na vida” e que, portanto, podem ser considerados exemplos a serem seguidos por diversos segmentos da sociedade.

Na questão do investimento na área esportiva, compreendemos que esses ex-jogadores levam grande vantagem em relação às demais pessoas da área, como, por exemplo, os profissionais de Educação Física, pois conjugam um inegável sucesso em sua carreira profissional com o prestígio pessoal necessário para conseguir angariar recursos para suas empreitadas junto às mais variadas empresas e instituições de fomento, preocupadas em associar sua marca ao ex-jogador.

É deste cenário que procuramos identificar o que os tem levado a abrir, investir, patrocinar fundações assistenciais.

1.3 - Hipótese

A implementação de projetos sociais permite aos ex-jogadores de futebol famosos se manterem na mídia, alongando sua trajetória pública e afastando-os do ostracismo.

1.4 - Objetivos do Estudo

Esta pesquisa procura, a partir do contexto do futebol brasileiro: (1) analisar a representação social de ex-jogadores de futebol famosos sobre suas iniciativas no terceiro setor; e (2) analisar questões acerca da fama, sucesso, voluntariado e aposentadoria na trajetória de vida desses ex-jogadores e seu impacto na obtenção de recursos para seus projetos sociais.

1.5 - Questões a Investigar

Para atingir os objetivos deste estudo, as seguintes questões nortearão o desenvolvimento da pesquisa:

- 1) Como o ex-jogador de futebol famoso representa a fase de sua vida que corresponde ao seu afastamento dos gramados?
- 2) Como o ex-jogador de futebol famoso lida com a perspectiva de continuidade de seu nome nos meios esportivos?

1.6 - Relevância do Estudo

Ao estudarmos a influência do futebol em nossa sociedade, buscamos compreender como se estabelece a afinidade entre o nosso povo e ídolos que, transformados em celebridades, projetam para a sociedade características de heróis esportivos e arrastam consigo desejos e sonhos.

Esses indivíduos transformam-se em personalidades de destaque no cenário brasileiro, não somente pelo fato de terem jogado futebol, mas também por terem feito dessa modalidade esportiva símbolo de conquista e orgulho para milhões de torcedores brasileiros. Nosso futebol se transforma em produto de exportação: somos identificados

enquanto brasileiros ao redor do mundo como a nação do futebol, e ao nos apresentarmos como brasileiros a um estrangeiro seremos sempre lembrados a partir do futebol e de nossos craques do passado e do presente.

Os jogadores de futebol famosos tornam-se exemplos de personalidades, “modelos” a serem seguidos por todos aqueles que querem sair do anonimato para encontrarem a fama; portanto, suas histórias pessoais, contadas por diversos meios de comunicação, mostram que um dos caminhos para a ascensão social no Brasil pode passar pela inserção no mundo do futebol, como jogador de sucesso.

DaMatta (1997) afirma que a sociedade brasileira cria áreas de passagem para o reconhecimento de seus cidadãos considerados ilustres, onde o carisma pessoal passa a se refletir no privilégio das relações interpessoais, seja na concessão de benefícios ou na quebra de diversas regras sociais, em uma dicotomia entre os direitos e privilégios de indivíduos considerados famosos. Consideramos que essa pequeníssima parcela da população, constituída por jogadores de futebol bem-sucedidos, alimenta e realimenta uma espécie de sonho brasileiro, que é o de se tornar famoso pela via do futebol e que, com isso, arrastam milhares de crianças e adolescentes anualmente para as escolinhas de iniciação esportiva em diversos clubes brasileiros. As escolinhas de futebol do Fluminense Football Club, por exemplo, contabilizaram cerca de 8.000 crianças no ano de 2001⁴.

⁴ Cf. “Programa Globo Esporte”, Rede Globo de Televisão, 17 out. 2001.

Em relação aos jogadores de futebol, identificamos que existe uma necessidade de conquistar e permanecer em evidência, de vencer e conquistar títulos não somente para suas equipes, mas que sejam permanentes em seu “currículo” esportivo.

Currículo este que será repetido e lembrado inúmeras vezes tanto pela mídia como pelos torcedores do futebol, pois a imagem de um gol, de uma falta ou da celebração de uma vitória ficarão para sempre registrados e entrarão para a história do esporte. Neste aspecto, os ex-jogadores são lembrados por algo que está vinculado às ações do seu passado, mas onde se misturam também a história do um determinado grupo de torcedores de uma equipe de futebol.

Consideramos que esses atores contribuem para uma nova organização social, a chamada sociedade em rede, em que a revolução da tecnologia de informação acarreta a instabilidade do emprego e a individualização da mão-de-obra nas novas apropriações das bases materiais da vida – o tempo e o espaço –, permitindo que os movimentos sociais sejam organizados a partir de personalidades que detêm, entre outras características, a capacidade de serem mobilizadoras de símbolos, figuras que movimentam as massas, emprestando seus rostos a causas sociais (Castells, 1999a).

Castells (1999b) analisa a sociedade em rede, ou seja, a sociedade que se organiza e mantém-se difusa através de diversos vínculos e complexos meios de sustentação (como exemplo imediato, podemos citar o mercado financeiro mundial e suas estratégias para a manutenção e distribuição da movimentação financeira ao redor do mundo). Em sua visão, todo o sistema financeiro está pronto para agir de forma integrada, e quando uma das redes é afetada todas as outras sofrem sérias consequências. Para maiores exemplos, ver as operações realizadas pelos principais bancos centrais da Europa em conjunto com o Japão e os Estados Unidos, para evitar a

quebradeira financeira na semana após o atentado terrorista de setembro de 2001 em território norte-americano⁵.

Castells (199b) considera que os agentes que dão voz aos projetos de identidades devem ser indivíduos mobilizadores, e que os símbolos por eles representados devem satisfazer uma grande maioria de seguidores. Segundo o autor, esse tipo de atores sociais, por ele chamados de Profetas, podem ser considerados

“personalidades simbólicas cujo papel não implica exercer a função de líderes carismáticos ou estrategistas extremamente perspicazes, mas sim em emprestar uma face (ou uma máscara) a uma insurreição simbólica. (...) em um exemplo diferente, a consciência ecológica não raro é representada por cantores de rock que gozam de grande popularidade, como Sting em sua campanha para salvar a Amazônia; ou por estrelas de cinema, como Brigitte Bardot, comprometida com uma cruzada em defesa dos direitos dos animais”. (p. 425) (Grifo nosso)

Os jogadores de futebol famosos são pessoas da mídia, homens de sucesso cujas trajetórias de vida e de ascensão social podem ser contadas para diversas gerações. Não representam apenas a si mesmos, fazem valer o sucesso, a conquista como ponto fundamental para a possibilidade de gerar outras formas de empreendimento que poderão modificar outras vidas, reforçando o sonho de outros milhares de praticantes e jogadores iniciantes na profissão de jogador de futebol. Daí decorre a relevância do tema aqui abordado, uma iniciativa original de analisar a relação entre jogadores de futebol famosos e a criação de fundações assistenciais.

Neste estudo buscamos também contribuir com a linha de pesquisa “Representações Sociais da Educação Física, Esporte e Lazer” do Programa de Pós-Graduação em Educação Física da Universidade Gama Filho, que tem privilegiado os estudos sobre os pequenos grupos, captando os sentidos dos atores sociais, e em

⁵ Cf. *O Globo*, Rio de Janeiro, 18 set. 2001.

específico em relação ao desenvolvimento do esporte como espaço privilegiado para as interpretações acerca de questões como secularização, gênero, identidade, idolatria e mídia.

1.7 - Estratégias Metodológicas

Esta pesquisa é de natureza qualitativa e se pauta por uma abordagem etnográfica interpretativa. A partir da análise dos discursos dos sujeitos escolhidos, privilegia-se a interpretação e discussão dos sentidos que são atribuídos às ações sociais de um grupo específico, percebendo como são construídas as interações cotidianas, os conflitos e ações sociais.

1.7.1 - População e Amostra

A população deste estudo é composta de ex-jogadores de futebol que tiveram destaque nacional, participando inclusive da Seleção Brasileira de Futebol, e que atualmente mantêm fundações assistenciais, nelas desenvolvendo projetos sociais que visam oferecer o ensino de atividades esportivas, reforço escolar e acesso ao aprendizado de profissões técnico-profissionalizantes.

Foram selecionados como amostra intencional cinco ex-jogadores que criaram fundações assistenciais em bairros da periferia das cidades de São Paulo, Niterói, Rio de Janeiro e Porto Alegre. Raí e Leonardo (Fundação Gol de Letra com sede em São Paulo e Fundação Gol de Letra com sede em Niterói), Jorginho e Bebeto (Instituto Bola Pra Frente, no Rio de Janeiro) e Dunga (Instituto Dunga de Desenvolvimento Cidadão em Porto Alegre). No Anexo 1 apresentamos notas biográficas desses ex-jogadores, informantes desta pesquisa.

Complementando nossa análise, incorporamos cinco entrevistas com personalidades que estão envolvidas diretamente com o terceiro setor, o voluntariado e os projetos sociais nas esferas governamentais e empresariais. São eles:

1) Gérson (ex-jogador de futebol e Presidente do Instituto Canhotinha de Ouro, na cidade de Niterói), entrevistado pelo pesquisador na cidade de Niterói no dia 28 de agosto de 2003 na sede do seu Instituto.

2) Norma Reis (Coordenadora Técnica do Viva Rio e do Espaço Criança Esperança, na cidade do Rio de Janeiro), entrevistada pelo pesquisador no dia 17 de junho de 2003 na sede do Viva Rio, cidade do Rio de Janeiro.

3) Roberto Dinamite (ex-jogador e Deputado Estadual pelo Estado do Rio de Janeiro); entrevistado pelo pesquisador em 24 de maio de 2001, na Assembléia Estadual do Rio de Janeiro.

4) Siro Darlan (Juiz Titular da 1ª Vara da Infância e Juventude do Estado do Rio de Janeiro) que proferiu palestra no II Meeting de Responsabilidade Social no Instituto Bola Pra Frente no dia 1 de outubro de 2003 com a temática “Impacto Social: Avaliando os Resultados do Terceiro Setor.

5) Zico (ex-jogador e Presidente do Clube CFZ, Rio de Janeiro). Este ex-jogador concedeu uma palestra aos corpos docente e discente da Universidade Gama Filho, no *campus* Jacarepaguá, no Rio de Janeiro em 18 de outubro de 2001.

1.7.2 - Instrumentos

As técnicas de pesquisa utilizadas foram a observação participante e a entrevista semi-estruturada e o diário de campo.

A observação participante se configura como uma técnica de pesquisa que possibilita ao pesquisador tomar contato direto com os grupos estudados, buscando obter informações a partir do contexto natural dos atores envolvidos nas interações sociais, nas práticas e nos discursos (Lüdke & André, 1986). A partir da descrição da realidade encontrada, o pesquisador tenta traduzir as práticas do cotidiano dos sujeitos, procurando se desvincular de seus preconceitos, para o entendimento do fenômeno abordado.

A entrevista semi-estruturada é formulada a partir de um roteiro básico de perguntas (Lüdke & André, 1986). Este tipo de entrevista tem como objetivo permitir ao pesquisador se organizar previamente com questionamentos que visam captar a fala dos atores sociais, mas que não seguem, necessariamente, o roteiro de perguntas. Os questionamentos também podem surgir durante o andamento da entrevista, fazendo com que o pesquisador inclua algumas perguntas ao longo das gravações, provocando o entrevistado, suscitando esclarecimentos às pistas e insinuações, facilitando a compreensão do fenômeno abordado.

1.7.3 - Fundamentação Teórica

Procurou-se seguir nesta investigação a metodologia pautada nos estudos da Teoria das Representações Sociais - iniciados com os trabalhos de Serge Moscovici (1978) e aprofundados nas pesquisas de Denise Jodelet (1995) e Celso Pereira de Sá (1996, 1998) - e na Análise do Discurso (AD) - pautada principalmente nas obras de Maingueneau (1997) e Pêcheux (1995), e levada adiante, entre outros no Brasil, por Orlandi (1996, 1998, 1999).

1.7.3.1 - Um Olhar sobre a Teoria das Representações Sociais

Os estudos sobre Representação Social constituem, nesta pesquisa, um referencial teórico que oferece suporte para a compreensão da tecitura e construção dos saberes dos atores sociais investigados. Estes, ao se engajarem em suas ações, desenvolvem a partir do discurso e de suas práticas sociais a representação de suas atitudes no meio social ao qual pertencem. Justificam, a partir do discurso e do convívio com o outro, suas opiniões, posturas e lembranças das situações vividas e partilhadas com os demais homens e mulheres. Através de sua compreensão de mundo, esses sujeitos justificam suas práticas e elaboram sentidos para seus gostos e ações. É na contradição, no conflito e na resolução de problemas do dia-a-dia que demonstram o conhecimento sobre o cotidiano, buscando o equilíbrio nas inter-relações pessoais.

Serge Moscovici desenvolveu em seus estudos uma teoria que desse suporte a este conhecimento prático, entendido por “senso comum”. Seu primeiro livro, intitulado *A representação social da psicanálise* (1978), contribuiu para o início de uma abordagem teórico-metodológica que, nos dias atuais, se encontra em plena produção de conhecimento⁶. No entendimento do autor, os estudos na área da psicologia social tinham, até aquele momento, ressaltado uma abordagem individualista, advinda da psicologia social de origem norte-americana⁷; ou, de forma oposta, uma abordagem social, que tinha como referência a sociologia clássica, apoiada nos estudos de

⁶ Sá (1998) cita os encontros nacionais sobre Representação Social e Interdisciplinalidade, de 1997, e o interesse que diversas disciplinas aplicadas (como a educação, a enfermagem e o serviço social) têm demonstrado por esta linha de pesquisa. Outro evento de grande porte foi o JIRS-98 (Jornada Interdisciplinar de Representações Sociais) na cidade de Natal - RN, que reuniu os principais teóricos da área: Moscovici, Jodelet, Rouquette, entre outros.

⁷ Estudos sobre a trajetória da Teoria da Representação Social e sua história podem ser encontrados em Farr (1995), que procura traçar um caminho de desenvolvimento desta teoria ao longo do pensamento acadêmico ocidental no século XX.

Durkheim sobre as representações coletivas (Devide, 1999). Para um conceito geral de Representação Social, utilizamo-nos da concepção de Moscovici (1978), que procura defini-la como *“uma modalidade de conhecimento particular que tem por função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre indivíduos”* (p. 26).

A abordagem empregada a partir dessa concepção procura conferir significados às crenças coletivas e aos saberes populares, analisando, a partir do contexto dos informantes, as verdades constituídas com que estes, em seus saberes internalizados, orientam e norteiam seu conhecimento em um mundo onde o pensamento e a linguagem permanecem imbricados com as interações sociais. O indivíduo engajado em sua sociedade age e reage ao que está à sua volta, elaborando e reelaborando, de forma crítica ou não, opiniões acerca do que se faz presente no campo das ciências, da religião, do ensino, da mídia, do lazer e, de maneira mais particular, da sua família e comunidade.

A partir dos estudos de Serge Moscovici, muitos outros pesquisadores têm contribuído para o aprofundamento e discussão dos estudos em Representação Social, e suas obras têm se constituído como fonte para diversas pesquisas nesta área. Denise Jodelet (1995), Celso Pereira de Sá (1996, 1998), Maria Cecília Minayo (1995), Mary Jane Spink (1995), Michel-Louis Rouquette (1998) e Robert Farr (1995) realizaram investigações que nos fornecem elementos para compreender as representações que os diversos segmentos sociais constroem e tecem nas suas práticas cotidianas.

Rouquette (1998), ao analisar a relação entre práticas e representações, considera que ambas influenciam-se mutuamente e é possível estudar as Representações Sociais como uma “condição das práticas”, e as práticas dos atores como um “agente de transformação” das Representações Sociais.

Neste sentido, a dualidade sujeito-objeto pode ser compreendida em um contexto dinâmico, fazendo parte da história coletiva de um grupo ou sociedade. Os jogadores de futebol, ao criarem suas fundações, atribuem valores, classificam e hierarquizam seu cotidiano, verbalizando o que lhes é mais agradável na atividade do voluntariado.

Moscovici (1978) considera que as Representações Sociais se configuram em três dimensões: informação, atitude e campo de representação ou imagem. Por informação, entende “*a organização dos conhecimentos que um grupo possui a respeito de um objeto social*”; a atitude pode ser compreendida como as “*orientações globais que os atores sociais realizam frente ao objeto da representação social*”; e o campo de representação se caracteriza nas formas de “*remeter à idéia de imagem, de modelo social, ao conteúdo concreto e limitado das proposições acerca de um aspecto preciso do objeto de representação*” (p. 67-71).

Essas dimensões permitem que as representações circulem, através da linguagem e das ações, no pensamento dos indivíduos, que ao serem questionados por suas práticas cotidianas conferem valores elaborados coletivamente, mas que apontam um olhar próprio e individual de representar o mundo para cada sujeito entrevistado. Nesta pesquisa, o “toque” personalizado de cada ator se faz presente quando eles falam sobre suas adesões às práticas do voluntariado.

Segundo Celso Pereira de Sá (1996), é possível inferir que Moscovici confere uma “importância crucial à dimensão atitude” na formação das representações, por priorizar esta em relação à informação e ao campo de representação, percebendo que os atores sociais se informam e representam apenas objetos que primariamente foram alvo de tomadas de posição e conhecimento em sua vida rotineira, no saber do dia-a-dia.

Para construção do objeto de pesquisa em Representação Social, faz-se necessário, em um primeiro momento, uma aproximação do pesquisador com o fenômeno escolhido para a pesquisa. Para que este seja possível de ser estudado, precisamos inicialmente recortá-lo, tornando-o capaz de ser inteligível e compreensível pela teoria. A partir do contato com o cotidiano, e nas observações das relações dos atores sociais com o objeto que retiramos da “realidade”, apreendemos e traçamos os limites de sua construção, fazendo com que, a partir de uma teoria, a Teoria das Representações Sociais, este objeto tenha uma forma capaz de ser estudada e compreendida.

Segundo Sá (1998), os fenômenos de Representação Social *“estão espalhados por aí, na cultura, nas instituições, nas práticas sociais, nas comunicações interpessoais e de massa e nos pensamentos individuais”* (p. 21).

Denise Jodelet (*apud* Sá, 1998) desenvolve a idéia primeira de que uma Representação Social é uma forma de saber prático que liga um sujeito a um objeto, ressaltando que as pesquisas nesta área podem estar voltadas para as condições de circulação e produção das representações, genericamente denominadas de “cultura”, “linguagem e comunicação” e “sociedade”.

A mesma autora (Jodelet, 1995) compreende que as Representações Sociais orientam as condutas e comunicações nas relações intergrupais, possibilitando que os indivíduos consigam preencher as funções de manutenção de identidade social e o equilíbrio sócio-cognitivo, os quais se encontram ligados. Partilhar com o outro seus pensamentos e atitudes significa reafirmar um pertencimento unitário e coletivo.

As Representações Sociais se fazem presentes nos discursos e nas palavras, cristalizadas e refinadas nas práticas dos sujeitos, que, dependendo do seu lugar social, permitem ao ator representar o seu grupo e a sua cultura nas tomadas de decisão do cotidiano.

1.7.3.2 - A Análise do Discurso como Recurso Metodológico

O método utilizado para apoio à interpretação dos discursos captados nas entrevistas fundamenta-se na Análise do Discurso (AD) baseada em Foucault (1996, 1997), Maingueneau (1997), Pêcheux (1995) e Orlandi (1996, 1998, 1999).

Em nossa investigação, a Análise do Discurso oferece suporte à compreensão dos discursos que foram produzidos e posteriormente recortados em cinco categorias distintas.

Orlandi (1999) compreende que os estudos no âmbito da AD devem considerar a relação simbólica da língua, aquela que faz sentido para o homem na constituição de sua história. As palavras em nosso cotidiano chegam para nós carregadas de sentidos e não é possível perceber como se constituíram no saber coletivo, mas cada um de nós é capaz de atribuir novos significados para as mesmas palavras.

Ao dizer, somos capazes de um re-dizer, nas formas de reinterpretações, redimensionamentos do mundo que é captado por nosso vocabulário vivo e contingente.

Os processos de paráfrase e polissemia são remetidos à memória dos sujeitos, em que são trabalhados no dizer das tensões entre o mesmo e o diferente. Nos processos parafrásticos é possível considerar a estabilização da memória, os mesmos sentidos do dizer e o que se torna estável no discurso. Já nos processos polissêmicos é a ruptura, o

diferente, que sobressai no discurso dos atores, uma nova forma de significar as mesmas palavras. É nessa contradição, neste novo deslocamento de sentidos que as palavras se revestem de novas interpretações para cada sujeito envolvido nas interações de um mesmo espaço discursivo.

É o contexto imediato dos atores que faz acionar sua memória acerca de um objeto dado, que se mantém envolvido por outros discursos que não são propriamente de um ator social, mas de uma rede de sujeitos. Apropriamo-nos de outras falas, que podemos considerar de um *interdiscurso*; ou seja, é uma memória discursiva que fala antes, fala em um *a priori* que não nos pertence, mas faz parte de nossa história pessoal que é partilhada coletivamente entre nossos pares. Segundo Orlandi (1999, p. 31), o interdiscurso pode ser compreendido como capaz de disponibilizar “*dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada*”.

São nossas opiniões, nosso modo de conhecer o mundo, nosso olhar sobre o que nos cerca, que fazem de nosso discurso um emaranhado de outros discursos, pertencentes e localizados em vários grupos sociais de uma época específica. As interpretações tornam-se outras, criam-se outras possibilidades para o “já-dito”, e é no esquecimento e na lembrança que os sujeitos re-significam e representam o que está ao seu redor.

Para a AD, é necessário criar condições de interpretação em que seja possível perceber como se constituem os saberes que não se aprendem, não se ensinam, mas que circulam entre os sujeitos.

Orlandi (1999) compreende que as condições de produção funcionam de acordo com alguns fatores, tais como a relação de sentidos. Para a autora, não há discurso que não seja relacionado com outros e, desta forma, “*os sentidos resultam de relações: um*

discurso aponta para outros que o sustentam, assim como para dizeres futuros (...) um dizer tem relação com outros dizeres realizados, imaginados ou possíveis” (p. 39).

Maingueneau (1997) considera que, para o entendimento do discurso, é necessário que ele esteja inserido na pragmática. Nessa perspectiva, a linguagem é considerada como uma forma de ação, onde cada ato de fala encontra-se inseparável da instituição que lhe deu origem. O discurso de um padre, de um professor e de um advogado são discursos produzidos a partir de uma cena em que se mantêm implícitos os contratos sociais de um saber legítimo. Saber este que é ritualizado, apreendido e espacialmente localizado para um número restrito de especialistas que fazem e desfazem as verdades que irão se constituir em cada conhecimento humano, tal como o discurso médico, psicológico e educacional.

“Football does things to the people who live it. Football takes them away from their homes at fifteen or sixteen years of age, tells them that they are special and they are going to be rich and famous, and then football lets their personalities develop shut off from the real world. When you are footballer, you grow up competing, listening to dressing room humour, being flattered and cursed in equal measure. You grow up in largely male company. Your work is a game. Maybe you don’t grow up at all.”

Niall Quinn, best football scorer in Republic of Ireland of all times.

O futebol faz coisas interessantes para as pessoas que dele vivem. O futebol pega essas pessoas e os tira de seus lares aos quinze ou dezesseis anos de idade. Diz a eles que eles são especiais e eles irão se transformar em pessoas ricas e famosas, e então o futebol deixa suas personalidades se desenvolverem fora do mundo real. Quando você é um jogador de futebol, você cresce competindo, ouvindo as piadas de vestiário, sendo elogiado e xingado na mesma medida. Você cresce ao redor de um grande número de amizades masculinas. Seu trabalho é um jogo. Talvez você não tenha crescido totalmente.

Niall Quinn, maior goleador de futebol da República da Irlanda de todos os tempos.

II - O JOGADOR DE FUTEBOL E SUA TRAJETÓRIA HERÓICA

Neste capítulo, nos apoiamos nas obras de Campbell (1973), Campbell e Moyers (1988), Caillois (1972), Eliade (1992) e Rubio (2001), estabelecendo características do herói dentro do espaço esportivo, bem como demonstrar que a trajetória esportiva pode vir a influenciar a imagem de um ex-jogador de futebol famoso junto aos torcedores e à mídia e suas opções de vida após a aposentadoria. Também fazemos referências às obras de DaMatta (1988,1997), Helal [1990, 1997, 1998, 2001 (*in* Helal, Sores & Lovisollo)], Giulianotti (1999) e Giulianotti e Finn (2000), situando o futebol como espaço privilegiado no meio esportivo para suscitar questões acerca da identidade e representação. No tocante à mídia e ao espetáculo televisivo, nos apoiamos em Debord (1997) e Tannen (1998), destacando o papel da imagem do jogador de futebol junto aos patrocinadores e à indústria do entretenimento.

2.1 - O Herói Esportivo

Entre os diversos meios de produção e trabalho que se organizam em nossas sociedades, é comum encontrarmos variados sentidos para a palavra herói. Quer associadas ao herói familiar (identificado normalmente à figura paterna) ou ao herói do cotidiano, nos deparamos com expressões que procuram descrever pessoas que tornam nosso dia-a-dia diferente, sendo constantemente exploradas através da imprensa palavras que visam ressaltar o feito fenomenal da ação de sujeitos comuns que saem do anonimato e adquirem uma fama quase que instantânea.

No âmbito do esporte, ser considerado herói é ter sua imagem associada primeiramente à figura de vencedor, quando um ser humano encarna uma espécie de

super-homem, com características eminentemente masculinas. Ser derrotado neste contexto é ser um fracassado, um anti-herói, ou seja, um perdedor.

O esporte tem se tornado um espaço fértil para o surgimento de discursos mitológicos, sendo as façanhas realizadas no espaço do jogo capazes de ganhar um sentido próximo aos feitos dos deuses, quando os atletas oferecem suas conquistas a todos os membros de uma região ou nação; assim, eles partilham simbolicamente com os seus torcedores a alegria da vitória e mostram que a conquista é fruto do trabalho coletivo, e não apenas de um único indivíduo.

Basta uma marca alcançada, um recorde quebrado ou a realização de um belo gol para que durante vários dias a mídia nos ofereça a mesma imagem, inúmeras vezes, sempre comentada pelos especialistas de plantão.

Um fenômeno esportivo de massa, como o futebol, não é capaz de sustentar-se sem seus ídolos (Helal, 1988). O ídolo é aquele que tem um passado, uma trajetória de grandes conquistas em seu currículo esportivo, construído ao longo de pelo menos uma década de atuação.

Porém, o jogador de futebol que está em vias de se aposentar não é mais um guerreiro; ele logo estará fora dessa área de atuação, embora pareça ter muito com que contribuir, aproveitando-se do carisma e prestígio adquiridos nos anos dessa prática esportiva. Os ídolos são capazes de aumentar as cotas de patrocínio, trazendo audiência e prestígio em torno do seu nome, mas se as derrotas forem sequenciais é sinal de que o final da carreira está chegando.

Rubio (2001) considera ser possível classificarmos o herói a partir de duas esferas. A primeira é a esfera mitológica, e seus personagens podem ser identificados nas figuras da mitologia grega e romana, como nos exemplos de Hércules e Ulisses. A

segunda seria aquela voltada ao herói e seu arquétipo, exemplificado pelo herói esportivo como realizador de feitos pouco comuns. É neste tipo de herói que iremos nos deter em nossa investigação.

Para Rubio (2001), os valores que envolvem a estrutura heróica podem ser concentrados em características tais como confronto, luta, ascensão e domínio, indicadores comumente presentes nas narrativas de vida dos atletas.

A circulação da imagem do jogador que conquista algo para todos, e não somente para si próprio, é normalmente vinculada ao feito heróico e é capaz de reforçar o imaginário coletivo de um “povo sofrido”, em uma mistura que visa agregar todo o país ou região a partir do movimento de se sentir pertencente a uma comunidade, de um sentimento identitário. Neste sentido, o feito realizado é digno de ser dividido, repartido e celebrado por todos.

Helal (1998) demonstra que os feitos heróicos do futebol normalmente acompanham o discurso de dedicar o título da conquista aos mais necessitados ou às crianças carentes, como nos exemplos de Pelé, Romário e Ronaldinho. A vitória representa o discurso da conquista coletiva, e no caso brasileiro deve tomar rumos de identificação, aproximação com os torcedores.

2.2 - O Esporte e sua Secularização

As questões que envolvem o esporte e sua secularização propiciam um vasto campo de interesse, pois ao tomar forma de profissionalização (envolvidas aí as questões acerca dos salários de jogadores, o amor ao clube e o número excessivo de jogos, por exemplo) é possível compreender que esse fenômeno caminhou não para o lado profano, mas contraditoriamente adquiriu um caráter sagrado, quando permite o

aparecimento de mitos, heróis e imagens que cada vez mais ganham espaço em nossa sociedade, influenciando novas gerações na busca de um lugar nessa galeria de famosos.

Para Helal (1990), a secularização pode ser compreendida como

“o processo pelo qual realidades pertencentes ao domínio religioso, sagrado ou mágico passam a pertencer ao domínio profano. Sempre que uma representação racional, científica e técnica substitui uma representação religiosa ou uma explicação pelo sagrado ou pelo divino, podemos afirmar que estamos presenciando um processo de secularização”. (p. 34)

Eliade (1992) compreende que o mito é o modelo exemplar das sociedades, e é a partir dele que as histórias de um povo ganham força, sentido e tradição ao longo do tempo. Para o autor, a função mais importante do mito é

“ ‘fixar’ os modelos exemplares de todos os ritos e de todas as atividades humanas significativas: alimentação, sexualidade, trabalho, educação. (...) comportando-se como ser humano plenamente responsável, o homem imita os gestos exemplares dos deuses, repete as ações deles, quer se trate de uma função fisiológica, como alimentação, quer de uma atividade social, econômica, cultural, militar...” (p. 87)

O mesmo autor associa de forma simbólica a figura do herói com o sol, pois, como este, o herói oferece a luz para os seus pares, determina passos a serem seguidos e, em certo sentido, exemplifica para as próximas gerações como percorrer o caminho da vitória e do sucesso. O herói esportivo demonstra ainda que, se o caminho é longo e árduo, é possível realizar tal façanha, bastando ter vontade, perseverança e humildade para que o sonho se torne realidade. O iluminado, neste contexto, passa a ter luz própria e seus atos serão identificados como gestos de pessoas que têm algo a demonstrar e ensinar. O herói esportivo representa o personagem de vitorioso, mas

também humaniza seus atos. Abre para as futuras gerações o caminho para que novas tentativas sejam feitas. Campbell (*in* Campbell & Moyers, 1988, p. 155) considera que *“it is not society that is to guide and save the creative hero, but precisely the reverse”* (não é a sociedade que guia e salva o herói criativo, mas precisamente o contrário). Dessa forma, é o herói que nos ensina o caminho a ser seguido e as questões morais e éticas pertinentes são esperadas por todos aqueles que acompanham sua trajetória. Milhares de fãs irão se mirar naquele que brilha diante das câmeras, faz gols espetaculares, salva da derrota uma multidão. Helal (1990), ao discutir questões relativas a amadorismo e profissionalização no esporte moderno, afirma, diferentemente de Huizinga (1996), que não houve perda do caráter lúdico do jogo ao longo do desenvolvimento do fenômeno esportivo, e, portanto, não diminuiu a capacidade de interesse nem por parte dos esportistas nem pelo lado dos espectadores, fazendo do esporte um dos fenômenos de massa mais assistidos e comentados do século XX.

Helal (1990) considera que os ídolos do esporte podem ser vistos como os novos heróis da civilização moderna no momento em que fazem as coisas que gostaríamos que fossem realizadas no seio de nossa cultura. Força, agilidade e habilidade são qualidades que adoramos ver no espetáculo esportivo, e os heróis do futebol demonstram também espírito de luta e vontade de vencer, caracterizando-os como guerreiros.

Os ídolos do esporte nos colocam em outro cotidiano, na dimensão lúdica das práticas corporais, participando do jogo a partir do cenário constituído para as grandes disputas, restando a nós, simples mortais, a posição de espectadores. Ao realizarem seus feitos heróicos, acabam por perpassar mais do que simples conquistas dedicadas ao

espaço esportivo; eles tornam-se ícones de novos objetivos de vida, tais como o individualismo, a trajetória rumo ao sucesso e a conquista profissional.

Mostrando a realização e a satisfação ao praticarem algo que gostaríamos de ter a oportunidade de executar, os heróis do futebol atuam proporcionando momentos de alegria e felicidade após cada gol marcado e a cada bela jogada. Eles foram os escolhidos e, portanto, são os abençoados com o talento necessário para praticar um esporte que é visto e adorado por bilhões de pessoas ao redor do mundo⁸. Holt e Mangan (1996) compreendem que *“the athlete-hero ‘bestows boons on his friends’, especially that special joy of success. The athlete-hero in modern America is the hero of the ‘land of opportunity’ – the supreme role model”* (O atleta herói confere status para seus amigos, especialmente aquele que une o sucesso. O atleta herói na América é o herói da “terra da oportunidade” – o papel de modelo supremo). (p. 3).

São as ações dentro e fora do cenário esportivo que possibilitam que os atletas da atualidade sejam venerados, idolatrados e, em certo sentido, considerem a si mesmos como pessoas com dotes ou habilidades naturais para a prática esportiva, se auto-representando ou sendo vistos como diferentes da maioria da população.

DaMatta (1982) compreende que o futebol tem a capacidade de englobar sentidos de nossa identidade, ou seja, é neste esporte, junto com o carnaval e a umbanda, que somos caracterizados, tanto por aqueles que estão nos vendo “de fora” como por “nós mesmos”. Religiosidade, festa e futebol seguem sendo espaços onde as variações individuais oferecem sentido para a nossa sociedade.

O dinheiro e o capital envolvidos neste espaço parecem entrar em jogo apenas com o objetivo de “profanar” todo o ambiente lúdico de alegria e prazer que o esporte

proporciona; e, em se tratando de futebol, é como se fosse um absurdo ou um pecado oferecer a esses jogadores famosos um quantia alta de dinheiro para que apenas pratiquem um esporte que muitos, se tivessem a mesma oportunidade, fariam de graça.

Lovisoló (1998), ao abordar as questões sobre a mercantilização do futebol, nos mostra como críticas de sentido moral repetem por muitas vezes o discurso circulante não apenas do público em geral mas também de hipóteses de trabalhos acadêmicos. O duelo entre ludicidade e mercantilização é, na interpretação do autor, falso e romântico, na medida em que não compreende a evolução do espetáculo e da competição dentro do espaço esportivo moderno.

2.3 - Os Ritos de Passagem no Futebol: O Retorno à Vida Comum

Os ritos de passagem elaborados e recriados ao longo dos séculos permitem dizer que várias instâncias de nossa sociedade criam lugares para que a vivência humana seja uma aproximação do novo com o velho. Dessa forma, “aposentar-se”, para os atletas e em específico para os jogadores de futebol, torna-se mais um fato corriqueiro da vida cotidiana que, porém, irá adquirir um significado particular para cada esportista que se torna um ex-atleta.

O diferencial no espaço esportivo é que cada jogador deve ter sua trajetória de vida percorrida, sua lacuna preenchida e, dependendo do nível que conseguiu alcançar no âmbito do futebol, deve estar preparado para arrumar uma estratégia ao “pendurar as chuteiras”. Experiências internacionais, passagem pela Seleção Brasileira de Futebol e títulos nacionais servem para localizar o jogador não somente na história do futebol mas também para ser lembrado por seus fãs e admiradores.

⁸ A FIFA acredita que cerca de 2 bilhões de pessoas em todo o mundo assistiram à final da Copa do Mundo de Futebol de 2002 (“Penta Brasil”, *O Globo*, Rio de Janeiro, 1 jul. 2002).



Foto do arquivo pessoal do pesquisador. Evento realizado na Fundação Gol de Letra com sede na Cidade de Niterói para a entrega do cheque de Ronaldo ao ex-jogador Leonardo, em 16 de agosto de 2002. O valor divulgado da doação foi de R\$ 75.000,00, sendo este parte da conquista da premiação pela conquista do Penta Campeonato Mundial de Futebol na Copa realizado no Japão e Coréia do Sul.

É compreensível, portanto, que sua saída dos gramados esteja cercada de diversas despedidas, iniciadas normalmente quando o desempenho físico já não proporciona o mesmo rendimento e, em algumas situações, como por exemplo no caso de jogadores famosos, quando pode existir o risco de terem o prestígio abalado. É previsível que exista um ciclo a ser encerrado na carreira do jogador de futebol, e este

período deve começar quando as contusões e o desempenho físico colocam o jogador de futebol na mira da crítica negativa da imprensa e dos torcedores.

O retorno à vida comum é iniciado no momento em que o jogador percebe que o futebol não lhe oferece mais os mesmos privilégios das fases anteriores. Se no passado existia a possibilidade de almejar uma convocação para a seleção nacional, o presente reserva somente a chance de não sair machucado ou conseguir suportar todos os noventa minutos do jogo e, se é um atacante, marcar pelo menos um gol.

As tentativas de largar o futebol começam a ganhar outra dimensão para esses jogadores que alcançaram a fama, tais como homenagens de seus fãs-clubes, entrevistas para a imprensa e jogos de despedida. O reconhecimento do público pode ser demonstrado quando um desses craques anuncia sua vontade de parar, e isto é divulgado pela imprensa com tons de saudosismo e reconhecimento.

Neste momento, toda a sua trajetória vitoriosa vem à tona, e se o herói nos deu algum título internacional ele será por vezes lembrado junto com sua geração vencedora. O herói recolhe-se e passa a ser alguém que tem apenas um passado importante, tornando-se mais um entre milhares de ex-jogadores. Outros jogadores de diversos esportes parecem passar pelos mesmos problemas com suas despedidas. Como exemplo, veja-se o jogador de basquetebol Oscar, que aos 45 anos anunciou sua definitiva saída das quadras após inúmeras tentativas⁹.

⁹ Cf. “Programa Globo Esporte”, Rede Globo de Televisão, 26 maio 2003.

Poucos são os que têm despedidas celebradas por amigos, divulgadas pela imprensa e com a presença de torcedores. O que normalmente acontece é um anúncio do jogador, avisando que encerra sua carreira que irá, daquele momento em diante, se dedicar à família, aos amigos, ou seja, uma volta à vida privada.

Caillois (1972) considera que as uniões entre mito e rito tornam-se necessárias para que existam adesões à trajetória do herói. Sem o rito, o mito se desfaz de seu caráter de iniciação - por conseguinte, mágico - de sua história pessoal. O autor afirma que não é possível estabelecer uma diferença entre a mitologia das situações e o herói.

Ritualizar, neste contexto, significa dar sentidos às etapas da vida, às trajetórias do humano, às condições de ação e reprodução para o entendimento do nascer e envelhecer. Fazer contato com os períodos de ascensão e queda do desempenho físico, dando-lhe um tom de imperfeição, de incapacidade, ou seja, de humanidade.

Para Caillois (1972) as mitologias das situações seriam consideradas projeções de conflitos psicológicos, enquanto que o herói é encarnado pelo indivíduo frente à força do mágico e sobrenatural, frutos dos problemas a serem enfrentados. A impossibilidade de resolver questões do cotidiano que trazem sofrimento e frustração faz com que certos indivíduos compreendam suas atitudes como trajetórias heróicas. Para o autor, o herói é aquele que conduz, oferece, mostra e ensina o caminho para um final feliz ou infeliz, para o desfecho de um acontecimento, mas que em primeiro plano deve percorrer o seu caminho pessoal, jamais podendo fugir de seu destino.

Campbell (1973) considera que os ritos de passagem permitem reviver os ciclos da vida como o nascimento, a maturidade e a morte. Com esses ciclos podemos tomar contato com as fase naturais de nossos antepassados, bem como nos inserirmos em

nosso grupo social, fazendo com que acontecimentos corriqueiros passem a ser um marco na vida dos indivíduos. Para o autor,

“Rites of initiation and installation, then, teach the lesson of the essential oneness of the individual and the group (...) as the individual is an organ of society, so is the tribe or the city – so is humanity entire – only a phase of the mighty organism of the cosmos”. Ritos de iniciação e instalação que ensinam lições sobre o essencial para o indivíduo e para o grupo (...) como o indivíduo é uma parte da sociedade assim como a tribo ou a cidade e a humanidade inteira – somente uma parte do cosmos) (p. 384)

No período em que se encontram, os ex-jogadores de futebol tentam ser reinseridos em um novo grupo social. Com grande parte da vida pela frente, esses ex-atletas deverão ser hábeis o suficiente para se dedicarem a atividades diferentes daquelas que costumavam ter nos últimos quinze ou vinte anos de carreira esportiva. Treinos, jogos e entrevistas tornam-se agora coisa do passado, e as atividades habituais deverão ser revistas em função do abandono do campo de futebol. É como se todo o presente relembresse as emoções advindas das glórias de um tempo em que jogar bola e ascender na profissão eram atividades rotineiras.

2.4 - As Narrativas de Vida: Pobreza, Talento e Sucesso

Helal (*in* Helal, Soares & Lovisolo, 2001) compreende que as narrativas de vida de nossos esportistas parecem revelar alguns aspectos de como somos e como nos inserimos no mundo. A partir do enquadramento de características comuns aos nossos jogadores, tais como o altruísmo, a luta, a liderança e o caráter, falamos sobre eles como se tivessem conquistado um mundo particular.

Contamos sobre esses jogadores histórias que fazem sentido para nós mesmos e para nosso povo, cercadas de quedas e conquistas; desta forma, podemos humanizá-los, fazendo-os pessoas comuns mas que detêm habilidades distintas das demais.

A trajetória a ser contada deve conter sinais de sofrimento, determinação, sorte e triunfo, para que possamos aprender a gostar daquele sujeito que se apresenta como herói do esporte.

Abaixo destacamos as ações sociais desenvolvidas pelos jogadores campeões da Copa do Mundo da FIFA de 2002.

Fonte: Agência O Globo



Craques no campo das causas sociais

Pentacampeões que não esquecem origem pobre

Alan Gripp

Quando as coisas não vão lá muito bem, eles ganham logo o mesmo adjetivo: mercenário. Mas talvez não haja um grupo de profissionais bem-sucedidos tão voltado para as suas origens. Ronaldo, Rivaldo, Roberto Carlos e Cafu, que formam a espinha dorsal da seleção pentacampeã, comeram o pão que o diabo amassou antes da fama e, hoje, ricos e consagrados, assumiram um papel social dificilmente visto entre estrelas do showbiz.

Ronaldo é idolo mundial. Mas não há no planeta lugar onde ele seja mais venerado do que no Instituto Nacional do Câncer, onde já financiou o tratamento de centenas de crianças. Rivaldo é idolatrado pelos moradores do bairro onde viveu, todo remodelado por ele. Cafu e Roberto Carlos mantêm fundações com atividades esportivas para crianças carentes. Todos eles, assim como Ronaldinho Gaúcho, tiveram uma infância pobre e experimentaram algo raramente proporcionado pelo futebol: uma ascensão social meteórica. ■

CAFU: O capitão agiliza a criação de sua fundação

ROBERTO CARLOS também tem seu projeto social

RONALDO FINANCIA tratamento de crianças

RIVALDO: O restaurador de Jardim Paulista

RONALDINHO GAÚCHO, ascensão recente

Helal (*in* Helal, Soares & Lovisololo, 2001) considera que o fator talento é o elemento diferencial na relação entre ídolos e os demais à sua volta. Ao nascer com o “dom natural”, agraciado pelos deuses, o herói nada mais tem a fazer do que seguir seu

destino de percalços e vitórias. Foi-lhe concedido um dom, uma habilidade a mais com os pés. Desde criança, os familiares já sabem que aquele menino será um jogador de futebol, e com essa habilidade somada ao incentivo geral nosso herói busca neste esporte meios para ascender socialmente. As idealizações de sucesso no futebol seguem uma narrativa comum e servem de exemplos para outros que gostariam de seguir os mesmos passos do herói (Helal *in* Helal, Soares & Lovisolo, 2001).

Genialidade e habilidade técnica tornam-se palavras-chave para a valorização do ídolo que nos representa aqui e no exterior, pois é importante alcançar a fama dentro do futebol se nosso ídolo for capaz de demonstrar o “talento” que nasceu com ele, fazendo gols, salvando suas equipes nos minutos finais e, principalmente, dividindo suas conquistas com todos aqueles que nele acreditam.

Nosso herói esportivo nem sempre é o mais forte, o mais habilidoso ou o mais técnico, porém, contra tudo e contra todos, consegue superar seus próprios limites, incluindo aqui suas limitações físicas, que normalmente estão associadas à infância pobre, desprovida dos mais elementares recursos, tais como boa alimentação, escola, segurança financeira e estabilidade familiar. Vence as dificuldades que tem para treinar e assegura lugar no pódio. Parafraseando um antigo comercial, “nossos heróis são mais heróis que os outros”, pois, diferentes daqueles “estrangeiros” que normalmente são identificados como “fortes” e pouco técnicos com o trato da bola, “nossos” jogadores são pequenos e habilidosos, tendo nascido com o talento necessário para jogar futebol em todos os “cantos” do mundo. São, portanto, craques que mantêm uma representação masculina em que a virilidade se confunde com a força física em um ideal de “homem” que é capaz de realizar os sonhos pretendidos por grande parte de uma nação.

É somente no futebol que essas narrativas ganham força, pois passa a existir uma representação de que o futebol pode unir ricos e pobres, fracos e fortes, brancos e negros (DaMatta, 1982). O esporte bretão ganha sentidos de um esporte plenamente igualitário, e as imagens de que tivemos um herói de pernas tortas como Garrincha, ou ainda que temos atacantes de baixa estatura como Romário fazem-nos acreditar que não existe outro esporte mais democrático¹⁰. Esportes como voleibol e basquetebol, por exemplo, sofrem com o obstáculo do fator altura para permitir que pessoas de estatura mediana possam praticá-los em nível competitivo. As narrativas sobre nossos heróis da bola mostram que conseguimos divulgar nossa identidade a partir do imprevisto e da criatividade. Parece, inclusive, que colocar trabalho e dedicação no espaço do futebol lhes tira o “dom natural” e acaba por “matar” a técnica que já “nasceu” com eles.

Enfim, essas narrativas evocam a situação de alguém que um dia já foi pobre e em algum momento conseguiu ascender socialmente a partir da prática dos esportes; em nosso caso específico, a partir do futebol.

Campbell (*in* Campbell & Moyers, 1988) compreende que para ser considerado herói o indivíduo deve adquirir características que possam servir de exemplo aos demais, utilizando-se de uma das funções mais importantes do mito, que é a possibilidade de agir de forma pedagógica. A partir de sua trajetória de vida, dos caminhos que percorreu, das quedas, vitórias e conquistas, se constroem narrativas que visam mostrar o que se pode fazer a partir da multiplicidade das escolhas do mundo.

¹⁰ Sobre os tipos físicos dos jogadores de futebol, ver Augusto Nunes em “Os donos da bola” (*Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 25 maio 2002).

Treinos diários e intensos, concentração, viagens, entrevistas para diversos meios de comunicação (até mesmo em diferentes línguas), controle do peso, disciplina com o período de sono, recusa ao vícios, fazem com que pelo menos para alguns jogadores de futebol a vida tome sentidos diferentes dos demais cidadãos comuns. Sacrifício e auto-superação tornam-se expressões comuns para esses jogadores, necessárias para a conquista dos seus objetivos.

As narrativas sobre esportistas aproxima-se normalmente da dimensão do sacrifício, da jornada a ser percorrida e do esperado encontro com seu eu interior. É neste sentido que o esportista encarna o personagem de herói, na medida em que não pode e não deve ter a vida de um cidadão comum - e isto significa não poder desfrutar inclusive dos prazeres imediatos da vida.

O atleta-herói é aquele que mostra ao público a linha divisória entre o possível e o impossível do cotidiano dos cidadãos comuns. Seu mergulho interior possibilita que ele se transforme em um novo personagem, mais experiente, sábio e purificado a partir dos sofrimentos e provas pelos quais teve que passar, pelos lugares que percorreu, pela lembrança da solidão e da dor. A sua humanização segue fortalecendo sua imagem de vencedor, mesmo que em determinado momento possamos desconfiar de sua habilidade. Helal (1998) assinala que a narrativa em torno do jogador Ronaldo no período da Copa do Mundo de 1998 possibilita passarmos a partilhar de seus dramas, de suas fraquezas, mas também aproxima o herói da sua trajetória de proações e sacrifícios.

A personificação da figura do jogador de futebol carrega, no cenário esportivo brasileiro, a possibilidade de compreendermos como se constroem os mitos em nossa sociedade. Se estes atletas cumprem atualmente o papel de celebridades, é esperado que

ao longo de suas trajetórias de vida se transformem em exemplos de sucesso a serem mostrados para todos que acompanham o esporte no mundo moderno. Os atletas-heróis representam os valores de nossa sociedade, principalmente aqueles relacionados ao triunfo, a vitória e o esforço individual (Goldman & Papson, 1998).

O mito esportivo consagra a tradição do clube, que normalmente também se associa à memória coletiva de diversos torcedores: ao lembrar do seu passado pessoal, ele remete também ao passado de conquistas e glórias que já não são somente suas, mas que possibilitam uma glória coletiva para seus fãs e para os admiradores das agremiações pelas quais jogou. A tradição, nesse sentido, eleva-se a uma construção de identidade, ao arquétipo do herói que tudo dá, que nos retira de nossa miséria humana, de nossas limitações enquanto seres humanos. Como celebridade e ídolo, deve ser autopromovido e sua imagem tende a se instalar em um imaginário coletivo de perseverança, caráter, humildade e força na identificação do herói guerreiro, que nos leva ao delírio e ao prazer da vitória.

Campbell (*in* Campbell & Moyers, 1988), analisando as relações entre pessoas que alcançam a fama (celebridades) e o herói, ressalta que “*one of the many distinctions between the celebrity and the hero is that one lives only for self while other acts to redeem society*” (Uma das muitas distinções entre a celebridade e o herói é que o primeiro vive apenas para si mesmo, enquanto o segundo age para redimir a sociedade) (p. xv).

Esta distinção permite considerar que para ser herói no esporte não basta vencer, é preciso trazer com seus feitos algo associado à identidade de um grupo, que esteja em sintonia com ideais de sucesso de seu país. Pode também estar divulgando uma causa ou

agindo em nome de alguma meta de um grupo específico¹¹. Nosso herói do futebol parece alcançar tais funções quando por diversas vezes mostra alguma preocupação social, age de forma politicamente correta ou, como abordamos em nossa investigação, abrem fundações de apoio às crianças carentes.

Campbell (1973) divide a trajetória do herói em três fases distintas. A primeira é a partida, na qual o herói recebe o chamamento dos deuses para que seja cumprido o seu destino. A segunda fase é o período de iniciação, em que o herói deve ser hábil o suficiente para sobreviver às tarefas que lhe são conferidas. A terceira fase considerada é o retorno. Nos deteremos prioritariamente neste período, pois é neste momento da vida que os jogadores de futebol começam a implementar os projetos sociais que serão investigados em nossa pesquisa.

Para o autor, é nesta última fase que o herói se recusa a perceber que é chegado o momento de voltar para a casa e que sua trajetória está próxima do fim. É preciso neste período que alguma coisa aconteça em sua carreira esportiva para que o jogador de futebol perceba a necessidade de parar¹². Campbell (1973) considera que

“The first problem of the returning hero is to accept as real, after an experience of the soul-satisfying vision of fulfillment, the passing joys and sorrows, banalities and noisy obscenities of life. Why re-enters such a world?”. (o primeiro problema do retorno do herói é aceitar esta situação como real, depois de uma visão de experiência plena de satisfação da alma, a passagem pelos prazeres e tristezas, banalidades e obscenidades perturbadoras da vida. Como entrar novamente em um mundo como este? (p. 218)

¹¹ “Quando a gente joga futebol pela seleção, não joga pela gente, não joga pelos nossos familiares, a gente joga pra um povo” (Declaração feita pelo jogador Romário em entrevista no “Jornal das Dez”, da Globo News, em 4 de abril de 2002).

¹² O goleiro Raul Plasman, ex-comentarista do canal Sportv e goleiro do Flamengo na década de 1980, declarou que foi uma falha sua, um “frango” tomado, que o fez pensar em parar de jogar futebol, pois “foi aí neste momento que eu percebi que não conseguia mais acompanhar o ritmo de jogo e os meus reflexos estavam ficando lentos, era hora então de parar...” (Cf. Dossiê Sportv, Episódio 20, Série III).

A atitude a ser tomada normalmente é se preservar das críticas da imprensa, mostrar-se digno para que seu nome fique estampado na galeria da fama do futebol. Porém, para muitos jogadores que se encontram neste período, o que normalmente acontece é a tentativa de continuar atuando até o momento em que o corpo mostra sinais de fragilidade, tais como contusões e cansaço no decorrer das partidas.

Adjetivos negativos começam a aparecer e a se tornarem freqüentes para esses jogadores, e é comum lermos na imprensa que determinado jogador está “bichado”, ou velho demais para continuar jogando futebol, e ainda que “o seu tempo já passou”¹³.

Rubio (2001) compreende que a associação entre atletas de alto nível e heróis torna-se cada vez mais inevitável, na medida que, ao abrirem mão de inúmeras facilidades e confortos da vida social moderna, esses indivíduos acabam por tornar suas trajetórias de vida modelos de dedicação e perseverança. Treinos diários, controle do peso e cuidados com o sono, por exemplo, colocam essas pessoas distantes das facilidades da vida social moderna. Seus corpos devem ser moldados especificamente para a atividade que exercem e qualquer falha física ou psicológica será tomada como crítica, no futuro. Em relação ao retorno do atleta esportivo, a sociedade tem esperado que o guerreiro seja forte o suficiente para encontrar seu caminho de volta, com a cabeça erguida e com seu caminho percorrido.

Segundo Rubio (2001),

¹³ Declarações como as do presidente do clube de futebol italiano Roma, Franco Sensi, de que o jogador de futebol Aldair iria ser substituído por um jogador de futebol mais jovem tão logo seu contrato terminasse demonstram como são rápidas as modificações em clubes profissionais. O dirigente declarou que “*Aldair é meu amigo e um grande profissional. Ele vai ficar ainda dois meses no Roma e depois vai embora. Isso me chateia, mas essas coisas acontecem. Vamos conseguir alguém mais jovem e que corra mais*” (Cf. “Aldair se aborrece ao ser chamado de velho”, *O Globo*, Rio de Janeiro, 15 mar. 2002, grifo nosso).

“Cumprindo o percurso padrão da aventura mitológica do herói, o atleta que experimentou a aprendizagem, o processo de treinamento e o ciclo de conquistas nas grandes competições também vive o final da jornada e o regresso. Diferentemente daqueles que competem até não mais terem força física ou porque a idade já avança, há aqueles que iniciam seu retorno por causa de impedimento que mina suas forças afetivas”. (p. 195)

Para os jogadores de futebol que estão abandonando o espaço esportivo fica a possibilidade de encarar outras formas de vida, não limitando ao futebol o restante de sua existência¹⁴. Enquanto estão em atividade, estes atletas podem ser considerados heróis em seus clubes e seleções, mas ao se aposentarem ficam fora de seu *habitat* natural, como se a perda de seu *special temple* (Campbell in Campbell & Moyers, 1988) retirasse a possibilidade de se encontrar novamente com seus fãs. Dentro das quatro linhas os esportistas são considerados heróis, fora delas tornam-se no máximo celebridades. Erros e acertos serão lembrados constantemente, vindo à tona sempre que um fã ou repórter pede que o ex-atleta relembre determinado acontecimento de uma partida, como um gol, uma falta ou uma expulsão sofrida ou cometida.

Baczo (*apud* Alabarces & Rodríguez, 2000) considera que no herói esportivo encarnado na figura do jogador de futebol devem estar presentes três elementos: “*an affective context; a real phenomenon that can be converted into a set of discourses; and actors who give a meaning to this process*”(um contexto efetivo; um fenômeno verdadeiro que pode ser transformado em um grupo de discursos e atores que dêem significado a este processo) (p. 126). Os jogadores de futebol apresentam esses

¹⁴ Para o ex-jogador Sócrates, é a falta de objetivos de vida fora do espaço do futebol que faz os jogadores de futebol levarem suas carreiras até o limite físico, fazendo-os escravos de si mesmos: “*o jogador não pára porque não sabe o que fazer, não estudou, não sabe fazer outra coisa*”(cf. “Programa Marília Gabriela”, RedeTV, 6 de março de 2001).

elementos quando atuam como ídolos e cercam-se de atributos como simpatia, dedicação, humildade, alegria, e por vezes jogando de forma lúdica com a criança que está dentro de si. Mostram a todos que estão à sua volta que, se o esporte é uma atividade profissional, é necessário ainda tomar atitudes que demonstrem haver um grande prazer no que se coloca em jogo.

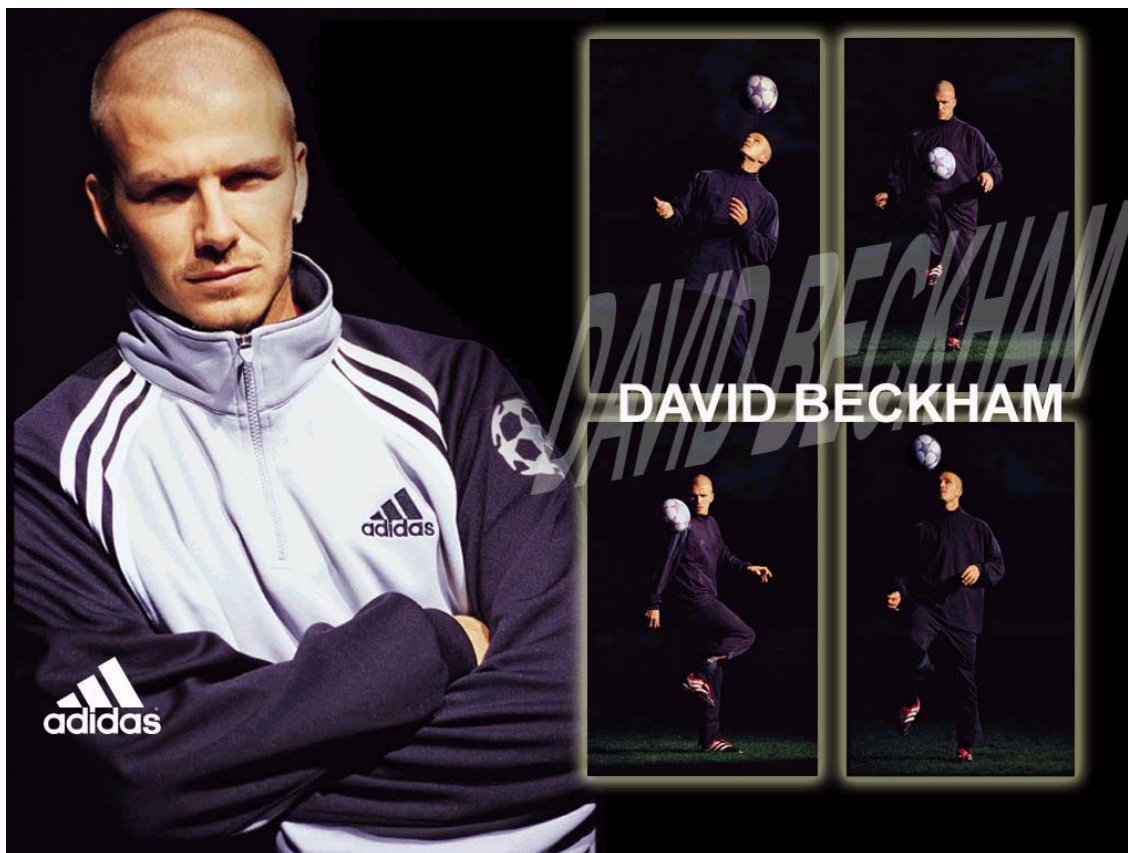
2.5 - O Herói Esportivo e suas Relações com a Mídia

Podemos considerar que os atores sociais tomados como referência para este estudo foram mais do que “homens simples”¹⁵. Trilharam o caminho da vida pública dentro do esporte e, por consequência, devem conviver com os aspectos positivos e negativos da fama, acostumando-se a ver seus rostos e sua vida privada serem alvo de fofocas, críticas e badalações por toda a imprensa especializada em mostrar casas, casamentos e estilos. Publicações como as revistas *Caras*, *Quem* e *Tudo* têm como uma das principais pautas jornalísticas mostrar a intimidade dos famosos brasileiros, transformando o que é vida pessoal em informação pública.

Famosos, polêmicos e craques são alguns dos adjetivos que podemos utilizar na identificação dos ídolos do futebol mundiais que, apesar de serem uma minoria quantitativa, se constituem em um dos grupos mais simbólicos de nossa identidade nacional e também dos demais países onde a grande paixão de seus habitantes está fixada neste esporte bretão.

Na próxima página destacamos o jogador David Beckham, símbolo de beleza, sucesso e técnica dentro das quatro linhas.

¹⁵ O canal Sportv realizou no ano de 2001 uma série de reportagens sobre a trajetória de vida do ex-jogador Zico, pontuando a chamada de abertura da programação com a música “*Simple Man*”.



Helal (*in* Helal, Soares & Lovisolo, 2001) considera que esses jogadores devem ser capazes de lidar com o drama de serem, ao mesmo tempo, dois personagens distintos e complementares: o homem e o mito. No entendimento do autor, o “homem” está associado à esfera privada-humana, enquanto o “mito” se encontra no espaço público-mítico. O autor assinala que

“Como no futebol é comum o jogador possuir um apelido (pelo qual é conhecido e famoso), podemos dizer, por exemplo, que por detrás dos ‘homens’ Edson, Diego e Arthur, surgiram os ‘super-homens’ Pelé, Maradona e Zico”. (p. 140)

Apesar do sentido esquizofrênico, ou seja, do jogador de futebol famoso ser um indivíduo que deve ser habilidoso o suficiente para separar o espaço privado e pessoal do espaço essencialmente público, é cada vez mais comum os jogadores aparecerem em diversos programas de televisão, inclusive aqueles que não são diretamente relacionados com as coberturas de esporte, emitindo opiniões sobre diversos assuntos de interesse geral, tais como política, moda e educação.

Cada esporte necessita e tem seus ídolos, seus ícones, seus heróis. Quando pensamos em um esporte, precisamos da associação imediata que ligue esse esporte ao ídolo da atualidade, ou até mesmo do passado¹⁶.

Sem esse ser dotado de qualidades físicas privilegiadas não existe passado a ser contado, tradição e memória para a multidão que acompanha e consome as informações diárias sobre seu esporte preferido e, conseqüentemente, sobre seus principais atletas.

O ídolo representa de maneira geral alegria, descontração e amor ao esporte que pratica, fazendo com que milhares de pessoas criem naquela figura a possibilidade de verem o espetáculo esportivo se tornar grandioso e satisfatório.

Apesar da figura de ídolo estar associada a aspectos positivos, por vezes vemos exemplos em que o ídolo acredita ser desprestigiado quando sofre derrota ou é pressionado a jogar bem. Cria-se um ambiente de expectativas em torno da figura do ídolo, e ele será o maior responsável pelos sucessos e fracassos de sua equipe, tendo que justificar inúmeras vezes os motivos que o levaram a derrocadas em algumas partidas¹⁷.

O espetáculo esportivo recebe cada vez mais tempo e espaço nas diferentes formas de mídia e, portanto, torna-se quase que natural o aparecimento nas manchetes

¹⁶ Luiz Lobo, jornalista e editor do jornal *O Globo*, afirma que “*Um clube pode sobreviver sem vitórias, nunca sem ídolos*” (in Maurício, 2002, p. 54).

dos jornais de diversos atletas no cenário nacional e internacional, que em poucos minutos são tratados como ícones de suas equipes.

Como todo esporte, o futebol precisa ter jogadores que possam promover as competições de que seus clubes participam. O futebol necessita de personalidades, goleadores que acirrem a polêmica de promover esse grande espetáculo, gerando, competição após competição, novas personalidades, guerreiros e vilões para cada final de campeonato.

Rubio (2000) considera que o esporte moderno possibilita o aparecimento de interesses que encontram-se “extracampo”, fazendo com que as façanhas dos esportistas ganhem uma conotação sobre-humana, permitindo inclusive que o culto à personalidade desses jogadores ganhe um discurso igualmente sobre-humano. A admiração inicial se transforma em culto à figura humana, fazendo da idolatria um fenômeno recorrente desse espaço.

Fotos, troféus, chuteiras e todo o aparato que acompanhou o ex-jogador passam a ser admirados e ganham valor comercial. Sua cidade natal torna-se referência, seus primeiros treinadores contam como o descobriram e os locais onde jogou durante os seus primeiros anos no futebol serão sempre lembrados por diversas comunidades.

O ídolo transforma-se em herói na medida em que realiza não somente façanhas dentro do cenário esportivo, mas também ao criar um ambiente favorável para que outros jogadores tenham acesso à escalada da pirâmide social brasileira, mostrando que é possível enriquecer, ser famoso, ou seja, “conquistar o mundo com a bola nos pés”.

¹⁷ O jogador Ronaldinho afirmou, após a derrota na final da Copa de 1998 para a França: “*Eu me sentia como se todo o Brasil estivesse dependendo de mim*” (in Maurício, 2002, p. 74).

Tannen (1998) considera que vivemos uma época em que a cultura de massa necessita a todo custo manter seu público em patamares cada vez mais elevados, seja com a venda de jornais ou nas pesquisas instantâneas de audiência; para isso, é necessário criar um ambiente de emoções durante toda a programação.

A autora se utiliza da frase “*no fight, no news*” (sem brigas não há notícias) para interpretar a necessidade diária de produção de novidades pela imprensa nos dias atuais. Sem polêmica, sem o lado controverso da notícia, não existe novidade a ser debatida, o interesse do público fica diminuído e são baixos os índices de audiência. Dessa forma, o esporte aparece como um espaço em que a audiência pode ser conquistada a partir da rivalidade e disputa entre duas equipes. Segundo Tannen,

“Taking parts in sports, many believe, teaches cooperation, team spirit, and positive values. But participating in sports is one thing; watching sports is another, and watching it on television yet another. On television and radio, sports events are accompanied by running commentary that encourages and enhances the agonistic elements of sports, emphasizing the ways that sports can be like war”. (1998, p. 48-49) (Participar de esportes, muitos acreditam, ensina cooperação, espírito de equipe e valores positivos. Mas participar de esportes é uma coisa; assistir esportes é diferente e assistir pela televisão mais ainda diferente. Na televisão e rádio, eventos esportivos são acompanhados por comentários rápidos que encorajam e enaltecem os elementos agonísticos dos esportes, enfatizando as formas de que os esportes podem ser como a guerra)

A mídia, ainda segundo Tannen, cobre fatos que possam despertar o interesse que nem sempre advém de atos positivos de pessoas famosas; muitas vezes é a partir de erros e interpretações duvidosas que se constrói a imagem pública de muitas celebridades. A relação pode ser ambígua: da mesma forma que muitas pessoas desejam se tornar famosas, é preciso estar preparado para ter sua vida íntima exposta nos jornais quase que diariamente, independente de serem essas notícias positivas ou negativas.

As palavras utilizadas pela autora nos permitem inferir, de forma comparativa, que tornar-se famoso em nossa época pode ser em certa medida uma atividade em que sua vida pessoal será vasculhada e analisada por diversos segmentos da sociedade, tais como os “especialistas de plantão”.

Chamamos de especialistas de plantão aqueles profissionais que são convidados e prontamente aparecem na mídia respondendo a diversos assuntos, com uma profundidade duvidosa. Como exemplo, lembramos o grande número de psicólogos e psicanalistas que aparecem nos jornais, revistas e televisão opinando sobre casos de grande repercussão nacional.

Consideramos que, para além dos lados positivo e negativo da fama, existem atividades que permitirão que o jogador de futebol circule pelas diversas esferas da sociedade brasileira, tal qual um rito de passagem; e, ao chegar no topo do reconhecimento público, jamais o indivíduo será o mesmo.

Pelo caráter agonístico do espetáculo esportivo, é possível verificar que não só a mídia em geral se beneficia das mais variadas declarações feitas pelo jogador de futebol, mas este também, de certa forma, promove a si mesmo, a seu clube de futebol e a seus patrocinadores, bem como a uma extensa lista de profissionais que cuidam da sua preparação física e de seus negócios.

As diferentes formas de mídia (eletrônica, televisiva, radiofônica) se alimentam mutualmente das notícias que ocorrem ao longo do dia (Whannel, 2002). Se alguém faz algo que deve ser considerado relevante para ser transformado em “notícia” aparecendo nos jornais, esta pessoa normalmente é entrevistada inúmeras vezes, até que exista uma saturação do fato abordado por diversos veículos de comunicação. Em relação ao nosso grupo estudado, demonstramos como a imagem desses ex-jogadores se fazem

circulantes nas diversas mídias, seja no Brasil, ou em países nos quais eles já atuaram como atletas, pois ao aparecerem por exemplo em um jornal vespertino, é provável também que apareçam em portais de informação da Internet e em telejornais noturnos.

Debord (1997) considera que o espetáculo é a principal produção da sociedade atual, pois se transformou em mais do que um meio para a comunicação, tendo se tornado um fim em si mesmo, quando nos bombardeia com imagens, *flashes* e sinais que se desdobram na assimilação de novas formas de produção e consumo.

Do lado esportivo, é preciso criar um ambiente de empatia entre público e jogador para que seja estabelecido um elo entre audiência e competição, possibilitando assim uma forma de conseguir o retorno empresarial tanto da parte dos clubes como dos patrocinadores desses eventos. Segundo Debord,

“o espetáculo moderno expressa o que a sociedade pode fazer, mas nessa expressão o permitido opõe-se de todo ao possível (...) ele é seu próprio produto, e foi ele quem determinou as regras: é um pseudo-sagrado (...) toda comunidade e todo senso crítico dissolveram-se ao longo desse movimento...”
(1997, p. 22)

Compreendemos que os espetáculos hoje são parte do entretenimento do tempo destinado ao tempo livre, ao ócio, ao lazer de cada indivíduo. Saciar a necessidade pelo espetáculo é uma das atribuições que o esporte pode e tem realizado com muita competência, fazendo desse evento um espécie de simulação, presente na forma da fantasia e do lúdico (Caillois, 1990).

Debord (1997) nos apresenta esta sociedade do espetáculo, que a tudo assiste, preferindo a representação do real ao real; da imagem à coisa, do assistido ao vivido. É neste contexto que podemos considerar os jogadores de futebol, pois, segundo o autor,

“a vedete do espetáculo, a representação espetacular do homem vivo, ao concentrar em si a imagem de um papel possível, concentra pois essa banalidade (...) As vedetes existem para representar tipos variados de estilos de vida e de estilos de compreensão da sociedade, livres para agir globalmente”.
(p. 40)

É a partir desses personagens da vida real que as sociedades atuais vêm ganhando sentido, possibilitando aos jogadores brasileiros a conquista da ascensão social no Brasil e pelo mundo afora. O herói esportivo que se transforma em celebridade tem seus gols mostrados e repetidos como lendas. Suas jogadas continuarão arrastando multidões para os estádios, suas declarações terão efeitos polêmicos e seus estilos de vida poderão servir de exemplos para milhares de fãs. Tornam-se, literalmente, cidadãos do mundo.

2.6 - O Passo Seguinte Após o Parar: O Que Fazer?

Souto (2000), em sua investigação sobre a trajetória de vida dos jogadores de futebol, considera que esta pode ser dividida em três momentos distintos: o anonimato, a fama e o ostracismo.

No período do anonimato existe a luta e a busca de espaço nos considerados “grandes” clubes brasileiros. Isto pode começar por volta dos doze ou treze anos de idade, quando muitos já sonham em se firmar como titulares, conseguir um bom procurador, assinar um contrato que pelo menos crie um vínculo entre o jogador e o clube.

No momento em que consegue alcançar o reconhecimento público, nem que seja pelos seus quinze minutos internacionais de fama¹⁸, o jogador passa a ter um contrato mais interessante, normalmente compra um carro importado, frequenta as festas importantes dos círculos fechados dos artistas de televisão, ou seja, torna-se uma celebridade¹⁹.

A terceira fase, do ostracismo, torna-se, portanto, a fase mais difícil do jogador de futebol, pois nesse momento ele não conta mais com bons salários, não é mais requisitado pela mídia e, não raro, torna-se uma pessoa que poucos reconhecem na rua.

Neste momento a celebridade perde seu brilho e torna-se o pior dos mortais: o cidadão “comum”²⁰. Vai-se o prestígio, acabam as entrevistas e chega-se a um período da vida em que resta apenas tentar investir na projeção de uma carreira que foi descrita dentro das quatro linhas do campo. Ou seja, se tentará viver do passado no estado presente.

Porém, nossa investigação revela que existem ainda ex-jogadores de futebol que conseguem suplantar a fase da aposentadoria dos gramados para um outro momento: o momento em que tornam-se empreendedores de projetos esportivos que muitas vezes ganham um cunho social, em que o discurso assistencial representa a possibilidade de atrair e concentrar diversos investimentos tanto do setor privado como do setor público.

Giulianotti e Finn (2000) consideram que, na medida em que o futebol torna-se um espaço para a divulgação de empresas e conquista de consumidores, grandes

¹⁸ A frase “No futuro, todos nós seremos famosos por quinze minutos” é de autoria de Andy Warhol, artista plástico norte-americano que em sua trajetória de vida foi reconhecido como um dos maiores representantes da arte contemporânea, e ainda por usar em suas obras a fusão do trabalho artístico com a cultura popular.

¹⁹ Woody Allen, em seu filme “Celebrities”, nos mostra como uma sociedade que precisa construir e desconstruir personalidades a cada instante pode tornar a vida pós-moderna fútil, superficial e agressiva.

corporações associam-se a este esporte, e suas marcas passam a duelar na venda de diversos tipos de produtos, tais como materiais esportivos (Nike x Adidas), bebidas (Coca-Cola x Brahma) e cartões de crédito (Mastercard x Visa), entre outros.

Os jornais *O Globo*, *Jornal do Brasil* e o Portal IG da Internet colocavam, no dia 28 de junho de 2002, a final entre Brasil e Alemanha pela Copa do Mundo de 2002 como sendo uma final que lembraria uma possível revanche entre as marcas Adidas (que havia levado a melhor na Copa do Mundo realizada na França, em 1998) e Nike.

Para que os jogadores de futebol e seus respectivos clubes fiquem em evidência, é preciso que os principais atores desse espetáculo apareçam na mídia, de preferência criando fatos novos e polêmicos, atraindo a atenção de uma grande maioria que não apenas assiste futebol, mas consome, compra e espera ver também a intimidade de seus ídolos²¹.

Dessa forma, observamos esses ídolos em diversas atividades sociais, sendo chamados inclusive a participar de programas de televisão, da abertura de casas noturnas e até mesmo de bailes de debutantes. Para tanto, é preciso que eles contem com o apoio de toda uma estrutura empresarial que gerencie essas oportunidades e cuide prioritariamente de sua imagem pessoal frente aos meios de comunicação. Empresas como a Sports & People, da empresária Marlene Mattos (diretora de núcleo da Rede Globo de Televisão e ex-*manager* da apresentadora Xuxa), têm, entre outras atribuições,

²⁰ O ex-jogador de futebol Zico considera que a profissão de jogador de futebol pode ser considerada como uma laranja: “*enquanto estiver dando suco está bom, quando parar de dar suco joga-se fora, igual a bagaço*” (Cf. “Jornal Nacional”, Rede Globo de Televisão, 21 de janeiro de 2002).

²¹ Para um maior entendimento sobre os ídolos e a “guerra” entre marcas que os patrocinam, ver o exemplo do jogador Romário, que foi aconselhado a não participar do camarote da cervejaria Brahma no Sambódromo do Rio de Janeiro, no Carnaval de 2002, pois não poderia ter sua imagem associada a nenhuma outra empresa que não fosse a Coca-Cola, mesmo em atividades de cunho privado (cf. *Jornal Extra*, Rio de Janeiro, 17 jan. 2002).

se especializado em comandar a vida profissional de diversos atletas, e sobretudo como estes devem aparecer frente ao público ou às câmeras de televisão²².

Para Giulianotti e Finn (2000), os grandes jogadores da atualidade devem ser mais que craques da bola, mais do que habilidosos e técnicos dentro das quatro linhas, pois eles precisam demonstrar

“how much personality and ‘style’ they display on and off the pitch; how much they may be worth on the transfer market or in salary terms; and now, how much they may be worth as a result of these external business interests too”. (o quanto de personalidade e ‘estilo’ eles oferecem dentro e fora do campo; o quanto eles funcionam na transferência de marketing ou salários; e agora o quanto eles funcionam como o resultado desses também interesses externos) (p. 266)

Ao deixarem a profissão, os grandes jogadores de futebol se utilizam da imagem pessoal e tornam-se garotos-propaganda de diversas empresas, associando seu lado vitorioso a inúmeras marcas famosas. O ex-jogador Pelé mantinha, no período de abril a junho de 2002, três comerciais veiculados em rede nacional, sendo um sobre uma empresa de saúde, outro sobre um laboratório que produz um remédio contra problemas de ereção peniana, e outro sobre um estimulante vitamínico também associado à saúde física e mental.

Neste momento, podemos afirmar que estamos diante de uma nova atividade para essa geração de jogadores que vêm se aposentando, pois não lhes interessa mais ir para casa assistir aos jogos pela televisão, ou simplesmente “pendurar as chuteiras”. Eles passam a fazer parte de um grupo que pode projetar o sucesso que alcançaram dentro do campo de futebol para outras áreas de nossa sociedade.

²² Cf. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 23 set. 2001.

De forma efetiva, esse grupo seletivo de personalidades vai ganhando espaço em outros gramados; a bola já não rola macia para eles enquanto atores principais, portanto, é preciso inventar alternativas, criar empresas, patrocinar eventos, enfim, é preciso estar do outro lado do campo, fazendo algo pelo e para o futebol, que seja visto por todos os seus ex-colegas de profissão, pela torcida e, sobretudo, que tenha cobertura da mídia.

O ex-jogador Pelé, na apresentação de um contrato com uma empresa de refrigerantes, declarou que as três marcas mais conhecidas no mundo eram: Jesus Cristo, Coca-Cola e Pelé²³.

Independentemente do caráter polêmico de sua declaração, podemos afirmar que esse esporte moderno que procuramos compreender faz com que exista quase que uma guerra comercial para a associação da imagem do ex-jogador com uma empresa multinacional. Os aspectos positivos de sua trajetória esportiva são ressaltados, e é necessário que a imagem pessoal transforme-se imediatamente em consumo e lucro. Neste sentido, o ex-jogador torna-se a marca de si mesmo, fazendo com que suas opiniões e comentários sejam divulgados e possam ainda causar impacto, e não apenas no mundo do futebol.

Os ex-jogadores que trazem para si a responsabilidade de um projeto esportivo e que objetivam ainda oferecer um cunho social ao empreendimento que estão desenvolvendo precisam, antes de tudo, ser personalidades conhecidas e reconhecidas pela sua técnica e habilidade dentro e fora do mundo do futebol, mas que também saibam somar sua fama internacional a uma mensagem positiva, integradora e politicamente correta.

Seja representando um clube, uma cidade ou até mesmo uma nação, o jogador carrega a responsabilidade com seus fãs, com sua torcida, enfim, com um grupo específico de pessoas em que a adesão se faz pelas conquistas dentro de um campo particular, despertando interesse e construindo uma identidade que ultrapassa a comunidade local, a regionalidade e a língua²⁴.

Em termos locais, a imagem de um jogador pode ser identificada às vezes com um clube tradicional, o passado do atleta confundindo-se com o passado do clube que o projetou, fazendo dele uma espécie de “patrimônio vivo” do clube²⁵. Zico, Roberto Dinamite e Sócrates, entre muitos outros, são exemplos de ex-jogadores que construíram sua imagem pública associada às equipes de futebol em que passaram grande parte de sua carreira.

É previsível que esses ex-jogadores, ao retornarem à vida privada, sejam sempre capazes de realizarem atos considerados positivos pelos torcedores de seus respectivos clubes, tais como atuarem como técnicos, dirigentes ou até mesmo como políticos.

Acreditamos, contudo, que a nova geração de jogadores de futebol pode ser caracterizada como mais independente que as gerações anteriores em relação ao aspecto de identidade com seu clube, pois mais do que nunca o jogador de futebol passa por diversas agremiações, sendo raro ficar por mais de duas temporadas em um mesmo clube. Como então fica caracterizada sua imagem?

²³ Cf. jornal *Extra*, Rio de Janeiro, 10 jul. 2001.

²⁴ Sobre a formação de identidade na sociedade em rede, ver Castells (1999a) e seus argumentos acerca das comunas culturais na era da informação.

²⁵ Sobre as questões de ex-jogadores e a afinidade com seus clubes, ver a polêmica entre Roberto Dinamite e o Vasco da Gama, em que os dirigentes foram acusados de desrespeitar o ex-craque, o “maior ídolo vascaíno de todos os tempos” (Cf. “Com essas coisas não se brinca”, *O Dia*, Rio de Janeiro, 22 jan. 2002).

Talvez pelo aspecto da consagração em um determinado clube, mas nada que se compare às antigas gerações, tais como Garrincha no Botafogo, Pelé no Santos, Zico no Flamengo, entre muitos outros.

O sucesso de um jogador de futebol parece integrar uma narrativa de sucesso não apenas pessoal, mas também do ambiente social brasileiro. Como qualquer indivíduo, o jogador de futebol tem na sua trajetória apontamentos que justificam os motivos de ter alcançado o degrau almejado. Ao se tornar um ídolo mundial, a noção de identidade coletiva constitui uma das razões que nos fazem ter orgulho de ser brasileiros.

Neste sentido, a imagem circulante comum desse atleta deve contar um pouco de sua trajetória, de seu passado dentro e fora do mundo esportivo. Não basta, portanto, ganhar dentro do gramado, das quatro linhas, vestindo o uniforme do seu time. Há que se ter uma história de sacrifício, dedicação e renúncias, que pode por vezes lembrar o mito do herói, em que a perseverança, a determinação e o sucesso pessoal possibilitam a alegria de milhões de pessoas. Parecem existir alguns sinais fáceis de identificação, precisamente códigos míticos que identificam o atleta que alcança fama, prestígio, e começa a ter sua imagem normalmente associada a grandes empresas internacionais.

Hoje, atletas como Ronaldinho e Romário no futebol, e Gustavo Kuerten no tênis, podem ser identificados facilmente com as marcas esportivas que os patrocinam. A possibilidade desses esportistas participarem de programas sociais permite ainda que suas imagens possam circular não somente no Brasil, mas em todo o planeta.

Uma identidade é construída e recontada neste momento, para que os discursos a serem empregados sobre esses atletas façam com que nos sintamos próximos a suas realidades. Tal como a trajetória da vida de Pelé ou Zico, pode-se compreender que

esses atletas fizeram mais do que apenas se consagrar como ídolos mundiais; eles levam também a identidade brasileira do sucesso, da capacidade, da genialidade de serem brasileiros, utilizando-se do esporte como meio de divulgar que o Brasil pode vir a se tornar uma nação representativa do ponto de vista político-social, dentro do cenário mundial da globalização. Apesar de o esporte contribuir para consolidar os sentimentos de identidade das nações enquanto Estados modernos, é possível identificar uma verdadeira exportação de ossos e músculos do Terceiro Mundo para os países mais ricos. Este fato tem sido pauta do Comitê Olímpico Internacional, para impedir que atletas deixem para trás suas nacionalidades de origem e adquiram outra, numa verdadeira migração não só de cérebros mas de corpos fortes e recordistas²⁶.

E se o sucesso é interpretado em nossa sociedade como um fator casual do destino, apresentando prioritariamente os fatores talento e genialidade como suficientes, no cenário esportivo do futebol palavras como esforço e dedicação têm caráter negativo e significam no máximo um grande esforço para superar a falta de habilidades técnicas. Ao se consagrar como ídolo midiático (Helal, 1998), o jogador de futebol torna-se empresário de si mesmo, consagrando-se não somente por ter ganho todos os títulos que disputou, mas pelo menos os mais significativos para seu clube ou país.

A internacionalização do sucesso vai além de bons salários no exterior. Ela também representa a forma de um povo se auto-reconhecer naquele que ganha partidas nos grandes clubes de futebol europeus, fazendo com que as convocações para a seleção nacional sejam o reconhecimento de que aquele jogador merece vestir a camisa da seleção.

²⁶ Cf. jornal *O Globo*, Rio de Janeiro, 20 maio 2002.

Helal (*in* Helal, Soares & Lovisolo, 2001) considera que a idealização do sucesso brasileiro no futebol parece representar um discurso fruto da escolha divina, como se fosse quase que impossível treinar um craque; este, portanto, já nasceria feito, criado e treinado pelas ruas do subúrbio das grandes cidades²⁷.

Quando se transferem desse cenário esportivo para os bastidores do futebol, atuando como comentaristas, técnicos ou políticos, os ex-jogadores deverão ser capazes de lembrar a todos que seu passado pode ser revivido de diversas formas, e uma das que nos interessa aqui é verificar a capacidade desses ex-craques em implantar, a partir de ações sociais voluntárias, projetos de cunho assistencial em regiões que normalmente são carentes e têm o futebol como perspectiva primeira para a ascensão social de sua população.

No capítulo seguinte abordamos as criações das Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs) e o terceiro setor situando-os no contexto social, político e jurídico da legislação brasileira. Traçamos também um perfil das fundações dos ex-jogadores de futebol e sua relação com os projetos sociais desenvolvidos nas comunidades em que estão localizadas.

²⁷ Lovisolo considera que existe também uma narrativa contada pelo povo argentino em relação à aprendizagem do futebol em terras portenhas: “*o menino fica ali batendo bola contra a parede, sozinho, até aprender a jogar, a se movimentar com a bola*” (cf. “Programa Almanaque-Esporte”, Globo News, 15 de janeiro de 2002).

“Eu não faço mais gols, só vivo do meu nome.

Se eu sujar isso, do que eu vou viver?!”

Pelé (sobre as suspeitas de escândalos financeiros que envolviam sua empresa, em 10 de julho de 2001)

O GLOBO

AGOSTO 2003 — O ESPAÇO DA EMPRESA CIDADÃ

RAZÃO SOCIAL



ESTÁ NA HORA DE VIRAR ESTE JOGO

Ídolos do esporte usam prestígio para criar ONGs e fundações de auxílio a pessoas carentes

III – OS PROJETOS SOCIAIS DE EX-JOGADORES DE FUTEBOL FAMOSOS

Neste capítulo, apoiados nas obras de Coelho (2000), Fernandes (1994), Landim (2002) e Szazi (1998) sobre a atuação do terceiro setor e suas variadas formas de ação junto à sociedade brasileira, analisamos a especificidade dos projetos sociais desenvolvidos por ex-jogadores de futebol, bem como as vias de acesso desenvolvidas pelos *sites* e as informações atualizadas sobre o tamanho, as particularidades e os objetivos desse setor. Descrevemos também as instituições abordadas em nossa investigação, oferecendo um perfil da sua organização e sua relação com as comunidades atendidas.

Para o desenvolvimento deste capítulo contamos também com a colaboração e revisão jurídica do Dr. Ernan Andrada, assessor jurídico do Viva Rio. Esta ONG tem sede na cidade do Rio de Janeiro e mantém projetos sociais em parceria com o UNICEF e a Rede Globo de Televisão. O Dr. Ernan nos forneceu gentilmente dados atualizados sobre o terceiro setor e revisou cuidadosamente as questões ligadas aos aspectos legais das OSCIPs no Brasil.

3.1 - O Terceiro Setor no Brasil

Como visto nos capítulos anteriores, alguns jogadores de futebol famosos desenvolvem após sua aposentadoria outras atividades, dentre elas atividades assistenciais de caráter voluntário.

Ao criarem suas instituições, os ex-jogadores de futebol tornam-se dirigentes de empresas que são denominadas de terceiro setor. A existência de um terceiro setor configura de forma lógica que há também um primeiro e um segundo setores. Fernandes (1994) explica que o primeiro setor está relacionado ao Estado, enquanto que o segundo é identificado como o Mercado. O autor caracteriza o terceiro setor como uma *“referência indireta, obtida pela negação – ‘nem governamental, nem lucrativo’. Em termos explícitos e positivos, o conceito designa simplesmente um conjunto de iniciativas particulares com um sentido público”* (p. 127).

Fernandes (1994) considera que entender o perfil dos dirigentes do terceiro setor possibilita compreender o perfil de organização que eles procuram implementar. A trajetória de vida, sua história pessoal, seus valores, sua posição política, enfim, tudo aquilo que o fundador vivenciou pode vir a demarcar as idéias, anseios e ações a serem colocados em prática no projeto que passam a financiar. Neste sentido, os projetos sociais desenvolvidos por ex-jogadores de futebol devem manter uma relação direta com a prática do esporte, mas, como veremos adiante, objetivam também oferecer outras atividades.

A Lei nº 9.790, de 30 de março de 1999, promulgada pelo então Presidente da República Fernando Henrique Cardoso, estabeleceu critérios para a abertura, legalização e funcionamento das OSCIPs – Organizações da Sociedade Civil de

Interesse Público. Dentre eles está a questão da valorização do voluntariado para o estabelecimento de isenções fiscais, bem como doações de empresas privadas e pessoas físicas. Sem essas doações dificilmente uma instituição do terceiro setor consegue sobreviver ou continuar implementando seus projetos. Mas são essas doações as maiores fontes de fiscalização do Ministério Público Estadual, e toda empresa designada com a denominação de fundação fica sobre interveniência permanente deste órgão. É comum vermos que algumas instituições do terceiro setor se auto-intitula de fundações (tais como a Fundação Bradesco, Fundação Roberto Marinho, entre outras), mas em relação às entidades dos ex-jogadores de futebol a denominação correta é a de OSCIP, pois todas se enquadram legalmente na legislação pertinente à este setor.

Para conseguir o título de OSCIP, é preciso encaminhar ao Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação da Secretaria Nacional de Justiça (Ministério da Justiça) um requerimento dirigido ao Ministro da Justiça, indicando a finalidade principal da organização postulante a este título. Deve-se também anexar o estatuto da organização, a ata da eleição e posse da atual diretoria, o balanço patrimonial do ano fiscal e a declaração de informações econômico-fiscais da pessoa jurídica, fornecida pela Receita Federal. O fato de obterem o título de OSCIP faz com que exista um poder de controle do Governo Federal brasileiro sobre essas entidades, que anualmente devem prestar contas ao Ministério da Justiça. Caso contrário, o título é cassado e perde-se o direito de atuar no terceiro setor com os benefícios que são adquiridos com esse título.

Ao abrir uma OSCIP, pode-se conseguir junto às esferas federal, estadual e municipal isenção ou redução de impostos, tais como o imposto de renda, o imposto sobre circulação de mercadorias e o imposto territorial urbano. Após três anos de

funcionamento da instituição é possível obter isenção fiscal para a contribuição previdenciária patronal junto ao INSS e para a contribuição provisória sobre movimentação financeira (CPMF). Para obterem o Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social, concedido pelo Conselho Nacional de Assistência Social e consideradas como entidades filantrópicas, é preciso que as instituições gastem 20% de sua renda bruta com ações sociais.

Para gozarem de outras imunidades em relação a sua situação fiscal e tributária, é preciso que elas se adequem a alguns preceitos legais. A diretoria de uma OSCIP, por exemplo, pode ser remunerada, mas um membro dessa organização precisa, obrigatoriamente, responder ilimitadamente sobre a movimentação de seus bens pessoais junto aos órgãos de fiscalização. Os recursos obtidos com parcerias e patrocínios devem ser aplicados na manutenção e desenvolvimento de seus objetivos sociais, e anualmente deve ser apresentada declaração de rendimentos junto à Secretaria de Receita Federal (Szazi, 1998). Em caso da dissolução de uma OSCIP, seu patrimônio líquido deve ser distribuído para outra entidade classificada com este mesmo título, preferencialmente para aquela que tenha o mesmo objeto social da extinta. Recentemente, nos anos de 2001 e 2002, as OSCIPs conseguiram o direito de receber doações dedutíveis do imposto de renda de pessoas físicas e jurídicas, bem como receber bens apreendidos pela Receita Federal²⁸.

²⁸ Fonte: www.integracao.fgvsp.br. Acesso em: 20 jan. 2003.

Outros benefícios fiscais estão também garantidos pela Medida Provisória 2158-35, de 24 de agosto de 2001, que garante às pessoas jurídicas descontar suas doações para as OSCIPs em até 2% sobre seu lucro operacional. Este lucro é o que compõe a base de cálculo do imposto de renda para as empresas que trabalham sob Regime do Lucro Real.

No caso específico do Estado do Rio de Janeiro, há a possibilidade de empresas que desenvolvem projetos sociais em parcerias com instituições do terceiro setor terem direito a menores alíquotas do ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias) que incidem sobre seus produtos.

É a partir dessas doações que grande parte das entidades beneficentes consegue manter suas obras assistenciais, pois se contarem apenas com o Poder Público brasileiro estarão sujeitas às modificações decorridas das alterações políticas que acontecem de dois em dois anos nas estruturas de poder de nosso país. Pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas sobre o “Mapa da Fome” no Estado do Rio de Janeiro, concluiu que o Poder Público, em suas três esferas (municipal, estadual e federal) contribui com apenas R\$ 0,40 mensais por pessoa, enquanto as contribuições particulares alcançam cerca de R\$ 0,73²⁹.

Em relação aos benefícios tributários de se constituir uma OSCIP, Szazi (1998) esclarece que são três os requisitos gerais para o gozo da imunidade tributária baseada no Código Tributário Nacional:

“1) “Não distribuir qualquer parcela de seu patrimônio ou de suas rendas a título de lucro ou participação no seu resultado; 2) aplicar integralmente, no País, os seus recursos na manutenção dos seus objetivos institucionais; 3) manter escrituração de suas receitas e despesas em livros revestidos de formalidades capazes de assegurar exatidão”. (p. 89)

²⁹ Cf. “Combate à fome recebe ajuda maior de particulares”, *O Globo*, Rio de Janeiro, 26 set. 2003.

A legislação brasileira tem se adequado, ano após ano, com um número cada vez maior de exigências legais para a constituição dessas entidades. Porém, nossa tradição legal tem se baseado em leis norte-americanas para evitar o abuso ou desvio de atuação das OSCIPs (Coelho, 1998). O Brasil tem cerca de 1112 OSCIPs (ano-base 2003) cadastradas no Ministério da Justiça (outras 672 tiveram seus pedidos de funcionamento indeferidos)³⁰. Dessas, 36% atuam com a finalidade assistencial, 20% ambiental, 13% creditícia e 9% educacional³¹.

Quanto ao trabalho voluntário, ele pode ser entendido, de forma geral, como aqueles momentos que os indivíduos dedicam a práticas envolvidas com o bem-estar de outras pessoas. O trabalho voluntário é desempenhado normalmente por senhoras aposentadas, profissionais liberais e pessoas que podemos descrever como idealistas, pois, apesar de não se encaixarem nos dois perfis anteriores, normalmente relatam um passado de infância pobre que influenciou na opção de ajudar parcelas menos favorecidas da população. As redes de voluntários são constituídas por: 1- Voluntário Cidadão (voluntário que ajuda em campanhas e eventos de um projeto social); 2- Sócio Voluntário (pessoas que contribuem financeiramente e de forma permanente para determinados projetos sociais); 3- Voluntário Corporativo (empresas que estimulam o trabalho voluntário entre seus funcionários); 4- Empresas Voluntárias (são aquelas que contribuem para o desenvolvimento de projetos sociais); 5- Voluntários Profissionais Liberais (que doam horas de trabalho em sua área profissional para um projeto social); 6- Grupos Organizados-Voluntários (são aqueles que se organizam para solucionar problemas dentro de suas comunidades) e 7- Madrinhas e Padrinhos (pessoas que fazem

³⁰ Fonte: www.mj.gov.br. Acesso em: 24 jun. 2003.

³¹ Fonte: www.integracao.fgvsp.br. Acesso em: 21 jan. 2003.

doações em dinheiro às famílias de crianças de creches de comunidades de baixa renda)³².

Dados do terceiro setor mostram que nos últimos anos houve um forte avanço no número de pessoas beneficiadas pela abertura de novas entidades assistenciais. Dois milhões de pessoas estão envolvidas diretamente com esse tipo de oportunidade de trabalho, e em 1998 esse segmento movimentou cerca de 1,2% do PIB brasileiro, ou seja, 12 bilhões de reais. Cerca de 5% da população do País foi beneficiada por algum desses programas o que representa cerca de 9 milhões de pessoas. No Anexo 2 são relacionados alguns endereços de *sites* de empresas do terceiro setor que trabalham com doação, voluntariado e projetos sociais em diversas partes do Brasil.

Pesquisa comparativa realizada em 1999 pela Johns Hopkins em parceria com o Iser – Instituto Superior de Estudos da Religião - concluiu que cerca de 10% da população brasileira doou naquele ano alguma quantia para as entidades do terceiro setor. Na Europa, o montante movimentado gira em torno de 6% do PIB daquele continente, gerando 17 milhões de empregos diretos e beneficiando o equivalente a 250 milhões de pessoas. O número de voluntários chega a 12 milhões de pessoas³³.

Ao atuar como voluntário, muitas pessoas procuram reverter para o âmbito coletivo conquistas realizadas individualmente, reforçando a idéia de que pode existir uma consciência moral a ser trabalhada entre os indivíduos mais abastados. Um desses exemplos é Bill Gates, um dos homens mais ricos do mundo, que prometeu doar grande parte de sua fortuna para a caridade, fazendo com que parte dos seus 43 bilhões de

³² Fonte: www.vivario.org.br. Acesso em: 20 jun. 2003.

³³ Fonte: www.voluntarios.com.br. Acesso em: 28 nov. 2001.

dólares sejam usados em projetos sociais ao redor do mundo, principalmente aqueles que estejam voltados ao acesso da informática nos países do terceiro mundo³⁴.

Tempo livre, criatividade e sobretudo solidariedade seguem criando um novo tipo de organização social, baseada não mais na simples produção de riqueza, em que pesem a longevidade e a acumulação de capital cultural para o pensamento em questões acerca da pobreza e da distribuição da riqueza (De Masi, 2000).

A realidade brasileira ainda não permite afirmar que existe uma cultura sobre o voluntariado, mas para ser um voluntário é preciso ter tempo disponível para dedicar-se aos serviços a serem prestados, e ainda que os projetos a serem desenvolvidos sejam sérios e confiáveis. No Brasil, é possível dizer que ainda são poucos os que têm se dedicado ao trabalho nesta esfera.

Credibilidade e confiança tornam-se palavras-chave desse tipo de empreendimento, de vez que existem diversas entidades que servem apenas de faixada para a lavagem de dinheiro ou desvio dos recursos investidos em seus projetos. Alguns ex-jogadores de futebol famosos desfrutam de uma imagem privilegiada e, portanto, podem aproveitar esse seu “cartão de visitas” para conseguirem tanto o apoio financeiro quanto de mídia e de voluntários para suas fundações.

Palavras como transparência, confiabilidade e responsabilidade podem nos oferecer sentidos para a questão da confiança que os voluntários e as empresas necessitam para investirem em fundações. Alguém ou alguma fundação é transparente, confiável ou responsável quando pode mostrar idoneidade em suas metas e ações. No caso específico de pessoas, o que se espera de um indivíduo transparente é que ele

³⁴ Cf. “Gates deixará mais dinheiro para a caridade que para os filhos”, *O Globo*, Rio de Janeiro, 13 nov. 2002.

mantenha sua reputação, sua integridade, ou ainda uma responsabilidade moral perante outros indivíduos que confiam em suas fundações.

Uma pesquisa realizada no ano de 2002 pelos institutos Gallup e Environics International constatou que as instituições que apresentavam maior grau de confiabilidade eram as Forças Armadas, as ONGs sociais e as ONGs ambientalistas. Foram ouvidas 36 mil pessoas em 43 países, e o resultado foi apresentado na reunião anual do Fórum Econômico Mundial ³⁵.

Os ex-jogadores de futebol que trabalham como voluntários acabam por ajudar aqueles que mais precisam em termos de carência material, possibilitando a criação de espaços em que o esporte esteja aliado à educação, uma vez que o Estado brasileiro se mostra ineficiente ou às vezes totalmente ausente em projetos que facilitem integrar crianças e adolescentes no acesso à educação e à cultura. *Sites* especializados no setor costumam divulgar o nome das pessoas que fazem parte de ações voluntárias; um deles chega a relacionar por setor profissional as personalidades que contribuem com essas entidades. De Xuxa a Ney Matogrosso, de Antônio Ermírio de Moraes a Pedro Paulo Díniz, é preciso dar visibilidade para quem atua, afirmando inclusive que “*se o seu herói não está nesta lista, talvez ele não seja tão herói assim*”³⁶.

³⁵ Cf. “Fórum Econômico: crise de confiança é mundial” *O Globo*, Rio de Janeiro, 8 nov. 2002.

³⁶ Fonte: www.filantropia.org. Acesso em: 1 dez. 2001.

3.2 - O Local de Ação das Instituições

Os momentos de trabalho voluntário estão voltados para as atividades com comunidades carentes, hospitais, orfanatos, tanto nas áreas nobres de uma cidade como em favelas e morros.



Acima destacamos a comunidade da Rocinha localizada no bairro nobre de São Conrado, zona sul da Cidade do Rio de Janeiro e que atualmente com diversos projetos sociais.

Comunidades de baixo poder aquisitivo localizadas próximas às áreas nobres da cidade do Rio de Janeiro (como a foto acima que mostra a favela da Rocinha, localizada no bairro nobre de São Conrado) têm, em geral, maior facilidade para conseguir recursos junto a empresas públicas e privadas para o desenvolvimento de projetos que visem a inclusão social de seus moradores, do que conjuntos habitacionais localizados

nos subúrbios. Exemplo dessa situação é a Favela da Rocinha, que conta com 45 programas sociais, aí incluídos creches comunitárias, aulas de teatro, futebol e informática, enquanto conjuntos como o do Quitungo, localizado no bairro Vila da Penha, não contam com nenhum desses benefícios. Apesar de estigmatizados, os moradores de favelas importantes contam com o interesse estratégico de empresas que querem ver suas marcas associadas a locais privilegiados, pois podem ser alvo de grande visibilidade para um público consumidor que passa todos os dias com seus carros por essas regiões³⁷. Cria-se uma visão romantizada das favelas e morros, em que é necessário tirar da ignorância e marginalidade a população dessas áreas, pois estas, mais que outras regiões de uma grande metrópole, precisam contar com o suporte do poder público e privado para a garantia de recursos mínimos de subsistência.

As iniciativas públicas para escolha e implementação de projetos sociais também segue uma ordem que procura privilegiar comunidades que sofrem com a falta de espaço adequados de lazer e pratica de esportes. Doze vilas olímpicas da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro estão em funcionamento em bairros da periferia, e mais seis devem ficar disponíveis à população até o final de 2003³⁸.

Ao lidarem com essas comunidades, os projetos sociais devem aprender a lidar também com o “**quarto setor**”. Se há pouco descrevemos os três setores, identificando suas delimitações e atuações, agora precisamos dizer, de forma irônica, que existe um setor sem cuja sua autorização e consentimento fica difícil a realização plena de qualquer atividade: o setor da marginalidade e tráfico de drogas que se encontra presente em toda grande cidade brasileira. Em nossa experiência docente, tivemos que nos deparar com inúmeras situações em que o tráfico de drogas interferiu em nosso

³⁷ Cf. “Melhor na favela do que no asfalto”, *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 16 set. 2001.

cotidiano escolar, e o fato de sermos cariocas traz por si só a lembrança de situações como a de 11 de setembro de 2002, quando todo o Grande Rio foi tomado pela sensação de pânico, e comércio, bancos e escolas fecharam por volta do meio-dia, por ordem dos traficantes.

Não podemos que afirmar há alianças, pactos ou acordos com o **quarto setor**. O que existe é uma convivência mútua, baseada na proximidade do projeto social com as áreas onde atua o tráfico de drogas. Respeito e distanciamento em que uma atividade não se mistura com a outra, para que ambas continuem em pleno funcionamento.

Podemos identificar uma variedade de locais onde problemas como a falta de recursos materiais e humanos é duramente sentida por uma grande parcela da população brasileira. A periferia é normalmente o espaço escolhido como local de instalação de fundações, mas é preciso que este espaço tenha visibilidade em termos de retorno de imagem às empresas interessadas em apoiar e patrocinar projetos desta monta. As empresas que colaboram com as fundações mantidas por ex-jogadores de futebol estão interessadas em agregar sua imagem de marca à imagem pessoal do ex-atleta. Desta forma, quanto melhor a imagem do ex-jogador e sua trajetória no futebol, melhor para o desenvolvimento dos projetos realizados dentro de sua fundação, no que diz respeito à captação de recursos.

Existe uma tríade de elementos a ser alcançada para que essas organizações permaneçam atuantes. A primeira corresponde à captação de recursos financeiros. A segunda se notabiliza pela aquisição de bens móveis e materiais perecíveis. O terceiro pé de sustentação de uma organização são os voluntários que dedicam horas de seu

³⁸ Cf. *Diário Oficial da Cidade do Rio de Janeiro*, 8 ago. 2003.

tempo livre a estas organizações. Portanto, nem sempre o dinheiro é o fator mais importante ou o único objetivo de uma fundação.

São duas as classificações para o relacionamento entre empresas e OSCIPs. É possível ser um colaborador ou parceiro dessas instituições. Para se tornar colaborador de uma fundação é preciso entrar com o serviço prestado pela própria empresa, ou seja, ao invés de doar recursos financeiros, o colaborador auxilia fornecendo materiais, ou reduzindo o preço de materiais que são vendidos para essas instituições.

Para se tornar parceiro, é preciso ajudar com capital financeiro e também com materiais que as fundações necessitam regularmente, como por exemplo material de limpeza, papel, ou ainda algum serviço que a empresa já desenvolve. Se alguma empresa atua na área de serviços de assistência médica e odontologia e quer se tornar parceira de uma fundação, ela normalmente assume o serviço de tratamento médico e dentário das crianças e adolescentes que estão matriculados nesses projetos sociais.

As empresas ao redor do mundo contribuem com cerca de 10% da verba filantrópica global, enquanto as pessoas físicas doam os 90% restantes. A classe média brasileira chega a doar em média 23 dólares por ano, cifra que alcança 28% do valor total arrecado pelas instituições do terceiro setor³⁹.

No caso das empresas, muitas têm procurado se associar a atividades que as tornem “socialmente responsáveis”, o que gera, a longo prazo, um possível lucro em vendas de produtos ou uma melhor aceitação por parte dos consumidores de determinada marca. Bancos, empresas de refrigerante, de material esportivo e diversas outras caminham para o estabelecimento de parcerias com empresas do terceiro setor,

³⁹ Fonte: www.filantropia.org. Acesso em: 5 jan. 2002.

pois é preciso fazer circular positivamente sua imagem institucional e não mais se preocupar somente com a venda de seus produtos.

Crianças e as atividades relacionadas ao seu cuidado despertam o interesse dos ex-jogadores que têm patrocinado projetos voltados para esta parcela da população. Pela ligação com o esporte, e em específico com o futebol, é comum verificarmos que essas fundações promovem o bem-estar físico de crianças e adolescentes através da prática de esportes. Segundo dados do setor, cerca de 17,07% das áreas de atuação das entidades dedicadas ao voluntariado localizam-se na assistência a crianças, e 3,68% na assistência a jovens⁴⁰.

Parece, inclusive, existir a idéia geral de que é preciso tirar meninos e meninas da ociosidade, dando-lhes atividades que preencham seu dia, por se entender que crianças que não detêm uma “ocupação” antes ou depois do período do horário escolar podem se envolver com a marginalidade. O Ministério da Justiça, por exemplo, contabilizou que cerca de 30 mil crianças brasileiras estão cumprindo medidas sócio-educativas; 7.664 estão internadas em regime fechado, 2.555 em regime provisório, 1.393 em sistema de semi-liberdade e liberdade e 19.099 em liberdade assistida⁴¹.

Fazer do esporte um meio de inclusão que inclui orientação, disciplina e acesso à cultura torna as fundações locais privilegiados para centenas de pessoas que procuram um tipo de vida melhor do que a sua realidade oferece.

⁴⁰ Fonte: www.voluntarios.org.br. Acesso em: 5 jan. 2002.

⁴¹ Cf. *Folha Universal*, Rio de Janeiro, 14 jul. 2002.

O discurso de melhoria social via ensino do esporte parece ser lugar comum nas soluções para problemas envolvendo crianças e educação. Uma criança de classe média, hoje, pode preencher o seu dia com aulas de inglês, futebol, dança, música, entre outras atividades; porém, para crianças em condições financeiras desfavoráveis, o que lhes sobra é talvez a entrada em algum projeto ou iniciativa realizado pelo poder público ou por alguma OSCIP.

A questão da ociosidade toma questionamentos centrais em relação aos aspectos da proteção à criança e seu envolvimento com atos ilícitos. É preciso, segundo a idéia geral, preencher o tempo livre, implementar ações sociais, praticar esportes e, conseqüentemente, assimilar os valores éticos neles incluídos; além disso, quando se tratar de adolescentes, aprender uma profissão, geralmente aquelas reservadas ao nível técnico-manual, que visem a autonomia, a cidadania e a geração de renda desses alunos quando não mais estiverem freqüentando essas instituições. Ou seja, é preciso “dar o peixe”, mas também é preciso “ensinar a pescar”. Segundo dados do UNICEF, 15.000 crianças e adolescentes no Estado de São Paulo se envolvem anualmente com atos ilícitos, sendo que 75% destes são reincidentes⁴².

3.3 - As Instituições de Ex-Jogadores Pesquisadas

Nas próximas páginas discorreremos sobre as fundações de ex-jogadores pesquisadas neste estudo, abordando seu espaço físico, sua relação com a comunidade e os principais projetos desenvolvidos. Relacionamos também o número de crianças atendidas, suas conquistas e realizações, bem como seu perfil entre outras organizações pertencentes ao terceiro setor.

⁴² Cf. “Jornal Hoje”, Rede Globo de Televisão, 10 de outubro de 2002.

As fundações pesquisadas - Fundação Gol de Letra/São Paulo, Fundação Gol de Letra/Niterói, Instituto Bola Pra Frente/Rio de Janeiro e Instituto Dunga de Desenvolvimento Cidadão/ Porto Alegre - mantêm um quadro fixo de empregados que vão desde profissionais liberais até pessoal de apoio. Contam também com estagiários e voluntários que se alternam em dias específicos da semana.

Verificamos que existe a necessidade, por parte das fundações, de separar, através da assinatura de termos de compromisso, os voluntários dos empregados. Como no Brasil não existe uma lei específica para o trabalho voluntário, os administradores preocupam-se com a possibilidade de que pessoas que atuam como voluntários venham a reivindicar na Justiça do Trabalho direitos adquiridos como funcionários da instituição.

C A P A Cada vez mais conscientes, ídolos do esporte brasileiro criam ONGs e fundações de auxílio a pessoas carentes e atraem investimentos de empresas para o setor

CRAQUES QUE SUAM A CAMISA PARA VIRAR O JOGO SOCIAL

POR ALCIANO ANDRÉ MOTA



CAIU E O JARDIM IRINEU
Craque foi homenageado no fim da Copa à comunidade paulista onde nasceu

A TÉ JUNHO DE 2002, O JARDIM IRINEU NÃO TINHA GLÓRIAS A OSTENTAR. COMUNIDADE MISERÁVEL E VIOLENTA NA ZONA SUL DE SÃO PAULO, MATERIALIZOU-SE EMOCIONANTE NO METRO QUADRADO MAIS FESTEJADO DO FUTEBOL MUNDIAL — A BANCADA ONDE CAIU, O CAPITÃO DO PENTA, SUBIU PARA ELEGER O TROFÉU RECENTE CONQUISTADO E, NA HOMENAGEM ESCRITA ÀS PESSOAS NA

"Eles estendem a trajetória em nome de um bem coletivo. Isso é responsabilidade social"

CARLOS HENRIQUE INESIO • Colunista de Responsabilidade Social

Consciência social formada em temporadas na Europa

São titulares dessa equipe, ao lado de Cafu, alguns dos protagonistas da história recente do futebol brasileiro, como os tetracampeões Bebeto, Jorge Luis, Leonardo, Dunga e Rivaldo, também pentacampeões Vampeta e Roberto Carlos. Não por acaso, todos tiveram longas passagens por países europeus, conhecendo sociedades diferentes da brasileira e entendendo, a um oitavo de distância, a importância da luta contra a exclusão social.

Cafu trouxe para o jogo ringelins novos do que Abílio Diniz, dono do Grupo Pão de Açúcar. O empresário lançou o Programa Super Bola, que pretende ganhar novos craques de futebol e valorizar, beneficiando 100 jovens por ano. O espírito do projeto é o padrinho da iniciativa que, entre outros, não mudou de lado depois, quando a Fundação Cafu, que será inaugurada em dezembro, no Jockey Club.

— É o exemplo de que queremos formar, pela integridade que transcende o esporte — explica Diniz.

O emergente movimento que Cafu agora integra é velho conhecido de Leonardo e Rivaldo, o esporte que, em 1998, lançou a Fundação Gol de Letra. A ONG criada pelos dois atletas hoje a cerca de 600 crianças e jovens em São Paulo (onde Rivaldo se consagrou), e em Niterói (terra de Leonardo). Nas duas endos, são mais de 12 mil metros quadrados onde se faz o trabalho que em 2001 foi reconhecido pela Unesco como paradigma mundial de apoio a crianças desfavorecidas.

A Gol de Letra refugiu o papel da escola e aumentou a auto-estima de crianças e adolescentes, impulsionando o conhecimento e fortalecendo o papel do indivíduo. A técnica é usar a arte, o esporte, a música e a literatura, tragicamente inatigáveis para os nascidos no andar de baixo da sociedade. Entre os parceiros da fundação, estão empresas de grande porte como Nike, American Express e a Chase. O Marquês Foundation.

— O terceiro setor é cada vez mais importante pelo seu poder mobilizador. Temos muito orgulho do que conseguimos até hoje — comemora Leonardo, hoje dirigente do milionário Milan e construtor de parcerias entre a Gol de Letra e a Fundação de Chile Italiano.



O campeão que não se esquece do bairro pobre onde nasceu

M Bônus graças ao futebol, Jorginho e Bebeto também jogam no time socialmente carente. Mas o destaque não fatura a vida dos craques, que crescem no Instituto Bola Pra Frente, criado por Jorginho em Guarulhos. Foi na comunidade pobre da Zona Norte do Rio que o lateral começou a aprender os valores do sucesso no futebol.

— Minha alegria é ver 350 crianças participando esportes e construindo um futuro melhor — orgulha-se Jorginho, que tem como parceiros a ATL e a Fundação Beto Klumbe de Alexandria.

O Bola pra Frente oferece reforço escolar, aulas de informática e uma biblioteca, a primeira do bairro. Se participem crianças e adolescentes com frequência escolar, ainda não acompanhando o currículo das escolas da região.

Professor de Educação Física que está concluindo o doutorado em responsabilidade social na Fama Fama, Carlos Henrique Inesio encerra seu movimento da responsabilidade social dos atletas com um pensamento novo, que substitui a Lei de Gerson, a do "sem vantagens em tudo".

— Todos tiveram experiência internacional, europeia e desportiva: que viver de renda na aposentadoria não é suficiente. Eles querem entender a trajetória para além do esporte, seu nome de um bem coletivo. E vão atrair empresas, por serem pessoas pagantes. Isso é responsabilidade social — analisa ele.

ANTE NA FUNDAÇÃO GOL DE LETRA
Tocar um instrumento oferece de ser um ponto para o pequeno morador de Itaipu desde que a Gol de Letra foi criada por Rivaldo e Leonardo em '98

12 • Razão Social

© 2003 • São Paulo, 2 de agosto de 2003

São Paulo, 2 de agosto de 2003 • O GLOBO

Razão Social • 13

A reportagem acima é do suplemento Razão Social do jornal O Globo de agosto de 2003 em que destaca as iniciativas de jogadores de futebol no terceiro setor.

O processo seletivo da entrada de crianças e adolescentes nessas quatro fundações se reserva prioritariamente àqueles que estejam matriculados e freqüentando as escolas da rede pública, quer municipais (ensino fundamental), quer estaduais (ensino médio). No processo de escolha ocorrem também entrevistas com os responsáveis e uma análise da situação socioeconômica da família do candidato a uma vaga. Um critério que serve como ponto de referência para a efetivação da matrícula dessas crianças e adolescentes nas fundações é a renda familiar: quanto menor a renda, maior a possibilidade dessas serem aceitas nos projetos.

Como o número de vagas é pequeno em relação à quantidade de interessados, observamos que existe uma fila de espera (em torno de 300 crianças por fundação) que determina aqueles que substituirão os alunos que venham a desistir de freqüentar as aulas desses projetos sociais. Crianças ausentes são, portanto, alunos que podem perder a vaga dentro dos projetos imediatamente e, por isso, a freqüência nestes espaços é normalmente alta e valorizada tanto pelos pais dos alunos quanto pelos coordenadores. Como pudemos constatar é grande a alegria das pessoas quando sabem que podem matricular seus filhos nesses locais e, diferente de nossa experiência em escolas públicas no Rio de Janeiro, não precisamos comunicar ao Conselho Tutelar da região a ausência dos alunos, pois os próprios responsáveis se encarregam de valorizar a matrícula de seus filhos em um espaço que não é público sabendo que a qualquer momento podem perder o benefício de deixar seus filhos aos cuidados dos profissionais da Gol de Letra, do Bola pra Frente ou do Instituto Dunga.

As fundações pesquisadas se utilizam do vocabulário do futebol para representar seus projetos sociais. É comum, por exemplo, que expressões como “faça parte você também desse time”, “seja um titular de nossa fundação”, “projeto dois toques”,

“virando o jogo”, “craque da vida”, entre outros, estejam presentes no seu cotidiano e envolvam as ações a serem colocadas em prática. As metáforas assim criadas procuram dar conta de que nesse “campo” de atuação ninguém melhor que campeões da bola para ajudar os mais necessitados, e a aproximação com a cultura desse esporte é mais que uma casualidade, é uma necessidade que se faz presente no dia-a-dia desses espaços.

Embora as fundações pesquisadas estejam localizadas em áreas de baixo poder aquisitivo das suas respectivas cidades, observamos que a conservação, a limpeza e o cuidado com o atendimento ao público transmitem aos que freqüentam esses locais uma sensação de organização e respeito para com a clientela atendida.

Uma característica comum aos projetos sociais dos ex-jogadores de futebol é que eles seguem uma seqüência básica no oferecimento de serviços aos seus alunos: comida (que pode ser um lanche ou almoço), esportes (iniciação esportiva e, sobretudo, futebol), artes (pintura, desenho e teatro), reforço escolar (acompanhamento de alunos com deficiência na aprendizagem) e mais recentemente, informática (conhecimento geral).

Outra característica desses projetos sociais é o relacionamento com parceiros e patrocinadores. Se uma empresa está disposta a apoiar a iniciativa desses ex-jogadores, lhe serão oferecidos os seguintes benefícios: a) aplicação de sua logomarca no material institucional do projeto social; b) utilização da imagem dos ex-jogadores na comunicação e divulgação da empresa; c) colocação de *banners* no *website* da fundação, com *link* para o endereço digital da empresa; d) colocação de placas com a logomarca da empresa no entorno do projeto social.

3.3.1 - A Fundação Gol de Letra

Fundada em 1998 pelos ex-jogadores Raí (37 anos) e Leonardo (34 anos), a Gol de Letra é uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos, possui duas sedes - uma na cidade de São Paulo (SP) e outra em Niterói (RJ) - e conta hoje com mais de 50 empregado diretos. Raí e Leonardo atuam como captadores de recursos, ou seja, promovem eventos, bazares, leiloam objetos (tais como camisas de jogadores) buscando conseguir mais apoio para os projetos desenvolvidos. Quando são convidados a aparecer na mídia, divulgam as ações da Fundação, fazendo contato com pessoas físicas e jurídicas interessadas em colaborar.

O custo médio de uma criança nos programas da Fundação está em torno de R\$ 200,00 por mês, e os interessados podem contribuir transformando-se em um “Titular Mensal” ou “Titular Anual”, com valores que podem variar de R\$ 20,00 a R\$ 500,00.

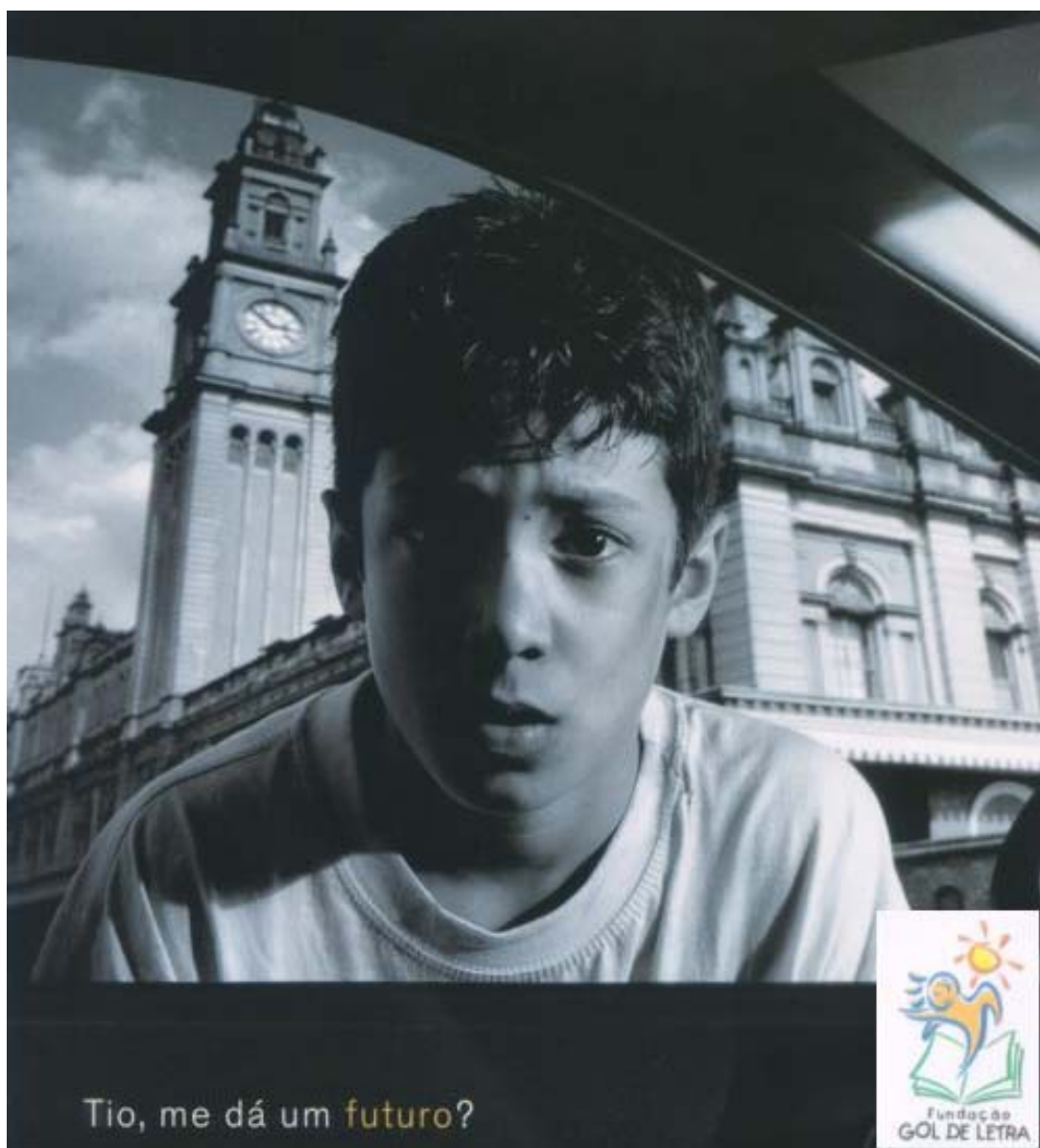
A Fundação trabalha com quatro grandes eixos de atuação nas comunidades da Vila Albertina (São Paulo) e Itaipu (Niterói). São eles o Atendimento Direto, o Desenvolvimento Cultural, a Mobilização e o Desenvolvimento Institucional.

Em relação ao primeiro eixo, o Atendimento Direto, são desenvolvidos três programas: Programa de Educação Infantil (para crianças de 0 a 6 anos, em período integral); Programa Virando o Jogo, de apoio à escolarização, cultura e esporte (para crianças e adolescentes de 7 a 14 anos, em período complementar à escola); e Formação de Agentes Comunitários (destinado a grupos na faixa etária de 14 a 18 anos). Os alunos cumprem uma carga horária média de quatro horas, três vezes por semana, e dentro da Gol de Letra existem dois turnos que se alternam com o horário escolar. Ou seja, crianças e adolescentes que têm aulas na escola no período matutino freqüentam a

Fundação à tarde, e grupos que estão matriculados nas escolas no período vespertino freqüentam a Gol de Letra no período da manhã.

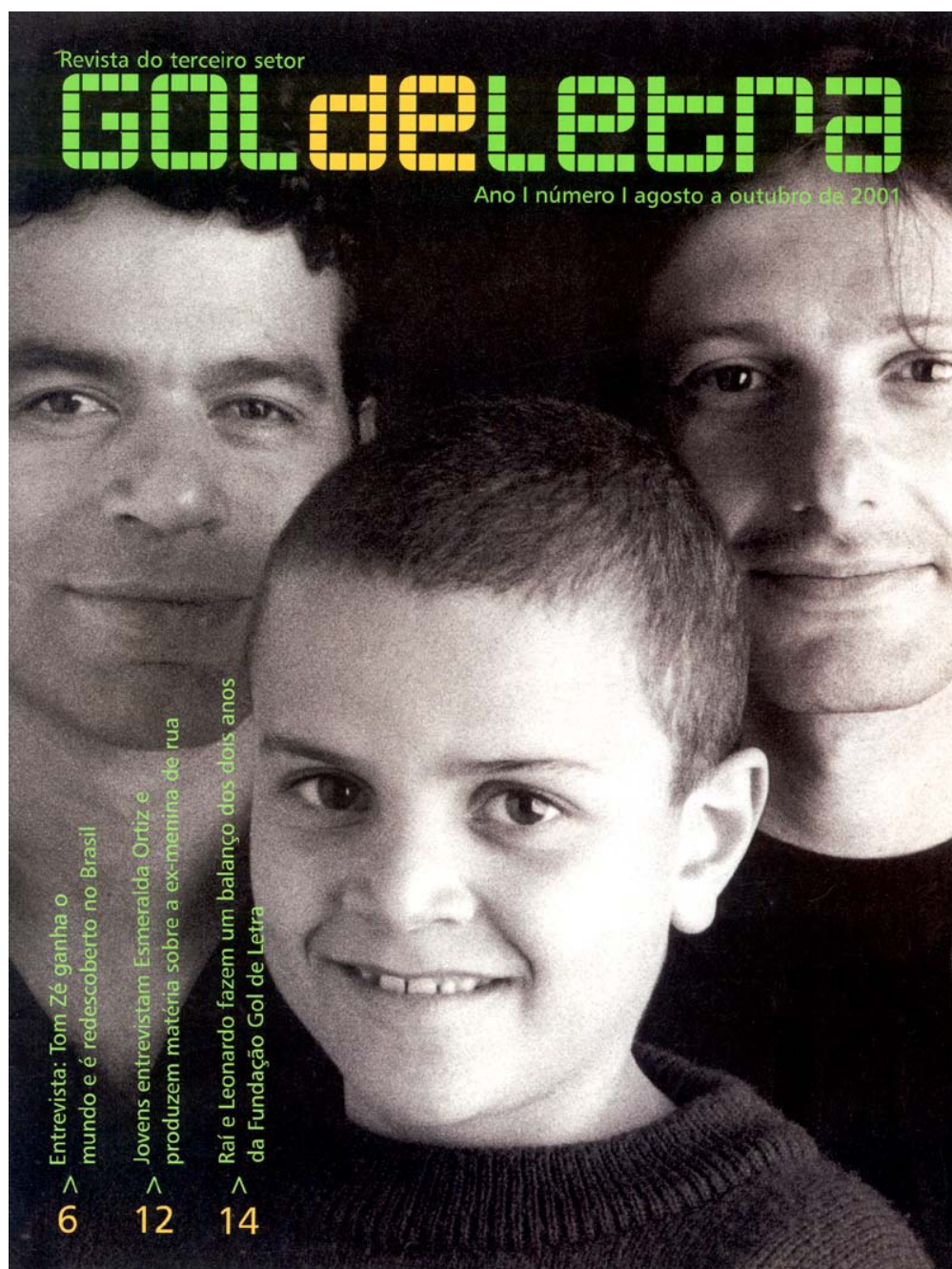
O segundo eixo, de Desenvolvimento Cultural, se desenvolve através de ações culturais onde estão incluídas atividades de grafite, música, vídeo, conto e maquiagem, realizadas em forma de oficinas, ou seja, elas têm um período de curta duração, que varia de três semanas a um mês para os alunos matriculados.

A foto abaixo é a contra-capa da Revista Gol de Letra



A foto acima é a contracapa da revista “Terceiro Setor”, e serve como material de divulgação das ações desenvolvidas pela Fundação Gol de Letra.

O terceiro eixo corresponde ao da Mobilização, que visa apoiar e incentivar pessoas, escolas, organizações sociais e, em especial, o meio esportivo. As principais ações deste eixo envolvem a realização de campanhas, eventos, cursos, seminários e



palestras que visem a proteção da criança e do adolescente, especialmente aqueles que se encontram em situação de risco social.

O quarto e último eixo é chamado de Desenvolvimento Institucional, e se caracteriza por estratégias para garantir a sustentabilidade dos serviços oferecidos pela Fundação. As ações estão focadas, portanto, na captação de recursos, auditoria e avaliação de outros projetos sociais e promoção de seminários e conferências.

No ano de 2002, a Fundação Gol de Letra foi reconhecida como entidade de utilidade pública pela Prefeitura Municipal de São Paulo e pelo Governo Federal. Dois projetos desenvolvidos pela Fundação Gol de Letra foram aprovados em conformidade com a Lei Rouanet, o que significa que empresas interessadas em patrocinar essas iniciativas podem abater do Imposto de Renda até 4% do valor aplicado. O “Programa Virando o Jogo” tem como proposta desenvolver a complementação escolar de alunos, com aulas de informática, leitura e escrita; a partir de um tema central, são oferecidas aulas que ampliem o conhecimento das diversas manifestações da cultura brasileira. No “Programa Dois Toques” os alunos têm aulas de educação física, dança, música e língua portuguesa, através de oficinas temáticas em que eles se deparam com os princípios da inclusão e diversidade social.

Uma das exigências para que o aluno possa participar dos projetos é que as famílias beneficiadas ganhem, no máximo, até dois salários mínimos de renda.

Através de sua página na Internet (www.goldeletra.org.br) pode-se fazer doações de material esportivo, escolar, ou ainda doações em dinheiro. Candidatar-se como voluntário ou conseguir um estágio também é uma das atividades oferecidas pela Fundação para pessoas que dispõem de tempo livre ou desejem fazer estágio.

A Fundação conta ainda com a Associação Gol de Letra, com sede na França, que tem como objetivos apresentar e divulgar os projetos desenvolvidos no Brasil, e também a captação na Europa de recursos financeiros para manter ativas essas iniciativas.

Na Fundação encontramos voluntários na área do direito, medicina, odontologia e nutrição atuando como profissionais liberais ou destinando seu tempo livre e ajudando, por exemplo, no atendimento à biblioteca da Gol de Letra. Na área de estágio encontramos profissionais de administração de empresas, dança, educação física, informática, letras e pedagogia, devidamente cadastrados, ou seja, suas horas de estágio, além de remuneradas, servem como carga horária necessária para a obtenção do diploma na área específica.

Desde sua inauguração, a Gol de Letra formou parcerias com os governos federal, estadual e municipal nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. A Fundação também mantém parcerias com a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança, Fundação American Express, Johnson & Johnson, Fundação Nike, UNICEF entre outros. Na sua numerosa relação de colaboradores aparecem não apenas empresas nacionais e multinacionais, mas também outras fundações do terceiro setor que prestam assessoria e apoio para a continuação e a avaliação dos projetos implementados pela Gol de Letra, tais como, por exemplo, a Fundação Cesgranrio e o Instituto Ayrton Senna, instituições que oferecem suporte técnico e educacional, em uma extensa rede de apoio e troca de experiências mutualmente compartilhadas.

3.3.1.1 - A Fundação Gol de Letra com Sede na Cidade de São Paulo

A sede paulistana começou suas atividades em 1998, com a doação ao ex-jogador de futebol Raí de um terreno que pertencia ao Governo do Estado de São Paulo. Está localizada na rua Antônio Simplício, 170, Vila Albertina, zona sul da Capital, dentro de uma região pobre da cidade e que apresenta altos índices de pobreza e violência. Furto, roubo e assassinato são acontecimentos rotineiros dentro do bairro. Nada mais comum para um bairro de periferia de uma grande cidade brasileira, mas o detalhe é que ao norte da Vila Albertina situa-se a parte nobre da Vila Mariana, com casas da classe média paulistana.

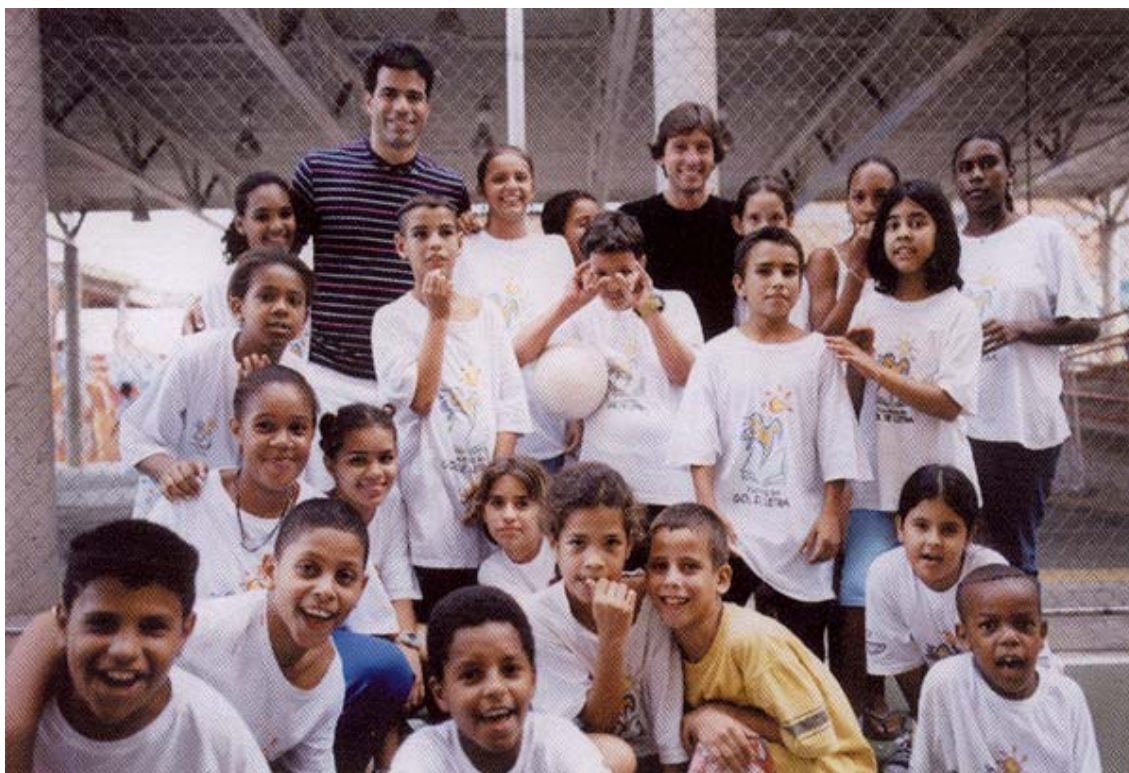
Atualmente o número de crianças e adolescentes atendidos pela Fundação está em torno de 300, divididos em dois turnos: das 7h30 às 11h15 (período da manhã) e das 13h30 às 17h15 (período da tarde).

O número de adolescentes grávidas e o de desemprego são altos, e desde o ano 2000 a Fundação conta com o apoio da Prefeitura Municipal de Cidade de São Paulo para o desenvolvimento de projetos de saúde, tais como o “Médico de Família” e funciona também como posto de vacinação em campanhas nacionais e regionais, durante o ano inteiro.

O local onde hoje está situada a Fundação - 1.600 m² de área total - era ocupado por uma escola estadual, fechada por ter número insuficiente de alunos. Existiam planos de transformar essa escola em uma delegacia, mas a doação do terreno foi concretizada em 1997 e Raí deu início a inúmeras benfeitorias naquele espaço.

Ao lado do prédio da antiga escola foram construídas duas quadras poliesportivas, sendo uma delas suspensa. Pode-se inclusive avistar desta segunda quadra toda a comunidade da Vila Mariana, casas humildes e barracos contrastando

com as residências da classe média paulistana. Nos fins de semana a Fundação desenvolve diversas atividades, sendo que o futebol é uma das mais importantes para a comunidade. Durante certo tempo não foi permitida a entrada na quadra de pessoas estranhas à Fundação, mas devido às invasões que ocorreram no local foi feito um acordo com esses grupos para a utilização do espaço de forma ordeira e que pudesse atender o lado da população (que sofre com a falta de opções de lazer) e o lado da Fundação (que procura ter uma relação de amizade com os moradores).



A foto acima é parte do material de divulgação institucional da Fundação Gol de Letra.

A biblioteca foi inaugurada em junho de 2002 e conta com cerca de 7.000 títulos, disponíveis aos moradores cadastrados da região, que, para terem acesso aos livros, precisam trazer documento oficial de identificação (carteira de identidade ou

carteira profissional) e ainda comprovante de residência. São oferecidas também na biblioteca rodas de leitura e contação de histórias, que visam incentivar o gosto e o hábito pela leitura nos moradores da região.

O Programa “A Cara da Vila”, desenvolvido pela Fundação Gol de Letra com sede na cidade de São Paulo, tem como objetivo proporcionar às crianças e jovens do bairro de Vila Albertina, em São Paulo, oportunidades de acesso à cultura, lazer e recreação.

O Programa “Virando o Jogo”, desenvolvido na cidade de São Paulo, tem como característica o desenvolvimento de atividades de arte-educação (artes visuais, dança, música e teatro), esportivas (futsal, vôlei e basquete), de leitura e escrita e, finalmente, atividades de informática.

A Fundação mantém parcerias com outras fundações francesas (fruto da rede de relacionamentos construída pelo ex-jogador Raí quando de sua experiência no futebol francês), o que permite à Gol de Letra sede de São Paulo o intercâmbio entre crianças e adolescentes brasileiros e franceses, ou seja, existe a troca de experiências entre esses dois países, quer pela vinda de crianças francesas à Fundação, como a ida de brasileiros matriculados na Gol de Letra para conhecer aquele país europeu. Além disso, as fundações francesas também prestam apoio enviando material esportivo para a Fundação paulistana.

Em agosto de 2001, a Fundação Gol de Letra da cidade de São Paulo foi reconhecida pela UNESCO como modelo mundial de assistência e apoio à criança.

3.3.1.2 - A Fundação Gol de Letra com Sede na Cidade de Niterói

Construída em um terreno comprado pelo ex-jogador de futebol Leonardo, esta sede da Fundação foi inaugurada no dia 10 de setembro de 2001. A idéia inicial era construir uma escola, porém o sucesso da Fundação Gol de Letra em São Paulo fez com que Leonardo construísse uma nova sede em Niterói, cidade onde o ex-jogador mantém residência e onde vive grande parte de seus familiares. Está localizada na Rua Scylla Souza Ribeiro – lote 1 A – Qd. 40, Itaipu. A Fundação atende cerca de 330 crianças das comunidades pobres dos bairros de Engenho do Mato, Itaipu e Piratininga (comunidades do Jacaré, Maravista, Cafubá e Inferninho). A unidade sofre dos mesmos problemas apresentados na unidade paulistana em relação ao contraste social, com condomínios de classe média alta e comunidades pobres no entorno do bairro de Itaipu. 40% das famílias localizadas nessas comunidades têm, em média, renda mensal de até 3 salários mínimos.

A Fundação Gol de Letra com sede na cidade de Niterói também recebe crianças e adolescentes em situação de risco, e existe um acordo para atender grupos da Fundação para Proteção da Infância e Adolescência (FIA), da Casa da Criança, e que estão sob responsabilidade do Conselho Tutelar da região.

Na unidade de Niterói foi implantado o Programa Dois Toques, que prevê o desenvolvimento de atividades esportivas e educacionais, atuando em três áreas básicas de trabalho: leitura e escrita; educação física e esportes; música e dança.

As aulas acontecem três vezes na semana e os alunos são divididos em dois grupos, onde são oferecidas aulas às segundas, quartas e sextas ou terças, quintas e sextas, nos horários de 7h:30 às 11h15 (horário matinal) e 13h30 às 17h15 (horário vespertino).

Os grupos estão divididos por faixa etária: o primeiro compreende alunos 6 a 14 anos, e o segundo, de 15 a 18 anos. Para o segundo grupo existem, além das atividades esportivas e culturais, oficinas de geração de renda que têm como objetivo possibilitar aos alunos mais velhos a produção de utensílios que se transformem em peças para serem vendidos na rede comercial da região.



A foto acima mostra o convite de inauguração da Fundação Gol de Letra Cidade de Niterói que homenageia o Museu de Arte Contemporânea (MAC)

Dispondo de uma quadra poliesportiva, um campo de futebol (com grama do mesmo tipo da encontrada no Estádio Mário Filho – o Maracanã), duas piscinas, refeitório, salas de informática e sala de leitura, a Fundação Gol de Letra com sede na

cidade de Niterói tem contado com diversos moradores da comunidade para a prestação de serviços voluntários. O espaço da Fundação abrange uma área total de 12.000 m².

Visitas como as do jogador Ronaldo (atualmente jogando no Real Madrid), que em agosto de 2002 do mesmo ano doou uma parte do prêmio ganho pela conquista do penta-campeonato mundial pela Seleção Brasileira de Futebol, fazem da Fundação Gol de Letra em Niterói uma instituição que freqüentemente recebe cobertura dos meios de comunicação, tanto cariocas como especificamente da cidade de Niterói, onde o ex-jogador Leonardo nasceu e estudou grande parte de sua vida. Quando está no Brasil, é comum vê-lo em restaurantes da cidade participando de bazares de ajuda à Fundação, e ainda em chamadas na rádio local.

3.3.2 - O Instituto Bola Pra Frente na Cidade do Rio de Janeiro

Fundado no dia 29 de junho de 2000 pelo ex-jogador de futebol Jorginho (37 anos), esta Instituição recebeu inicialmente o nome de Centro Educacional e Esportivo Jorginho, e no ano de 2001 adotou a denominação atual. O espaço foi comprado com recursos próprios do ex-atleta em um leilão promovido pela Caixa Econômica Federal, e desde sua inauguração oferece atividades esportivas, comunitárias e pedagógicas gratuitas às crianças e adolescentes moradores da região de Guadalupe, bairro situado na zona norte da cidade do Rio de Janeiro. Seu endereço é Av. Sargento Isanor de Campos, 401, Guadalupe.



O Instituto ocupa uma área de 11.570 m², assim distribuída: três campos de futebol society (área total de 4.500 m²), uma quadra de futsal e vôlei, um salão de lutas, um centro de informática, uma sala de apoio pedagógico, uma biblioteca, um ambulatório, uma sala de atendimento psicológico e dois vestiários.

São atendidas no Instituto Bola Pra Frente cerca de 450 crianças e adolescentes que se revezam em dois turnos diários de aulas. O primeiro turno compreende o horário das 8h20 às 10h50, e o segundo turno, das 13h20 às 15h50. A divisão das aulas acontece a partir da faixa etária, que está dividida entre três grupos: 6 a 9 anos, 10 a 13 e 14 a 16 anos. Todos os alunos atendidos devem escolher uma modalidade esportiva e uma modalidade cultural para o preenchimento da grade de horários.

Em relação ao esporte, o Instituto oferece aulas de futebol, futsal, voleibol, karatê e jiu-jitsu. Para participar dessas atividades a criança ou adolescente tem, obrigatoriamente, que estar matriculado em alguma das escolas pública da região. 80% dos alunos do Instituto pertencem a uma das seis escolas públicas municipais localizadas dentro de Guadalupe.



Foto tirada dentro do Bola Pra Frente, em destaque a trajetória do ex-jogador Jorginho e os símbolos dos clubes em que atuou.

Como era de se esperar, a escolinha de futebol é a atividade esportiva que mais desperta o interesse de meninos e meninas dentro do Instituto, superando em muito as outras modalidades esportivas. Acreditamos que este fato é reforçado, particularmente no Bola Pra Frente, devido ao fato de o ex-jogador Jorginho ter sido revelado naquela região; portanto, fica aberta a possibilidade de que outros craques surjam no mesmo bairro.

No ano de 2002 foi disputada, dentro dos campos do Instituto, a Copa Dente de Leite de Futebol, competição que reuniu crianças e adolescentes de onze clubes do Rio de Janeiro (inclusive Flamengo, Vasco, Botafogo e Fluminense) além da equipe do Instituto.

Em relação às atividades comunitárias, é possível, no Instituto, ter atendimento de profissionais da área de psicologia, fonoaudiologia e odontologia, bem como adquirir roupa e alimentação (doados pelos voluntários e demais moradores da região), e ainda participar da Oficina da Cidadania, do Domingo de Família e de passeios educativos. Também são oferecidos aulas de teatro e dança à comunidade.

A área pedagógica está dividida em quatro frentes de atuação no Instituto Bola Pra Frente.

O primeiro desdobramento da área pedagógica corresponde às aulas de reforço escolar, oferecidas aos alunos que apresentam problemas de rendimento em determinadas disciplinas; e com isso procura-se diminuir o número de alunos que são reprovados, ou até mesmo abandonam a escola.

O segundo diz respeito à orientação de uso da biblioteca, em que são firmadas parcerias com escolas da região para que os alunos possam fazer trabalhos de consulta e pesquisa dentro do Instituto. Esta, inclusive, é a única biblioteca do bairro de Guadalupe, tendo sido inaugurada no mês de abril de 2002.

O terceiro corresponde ao projeto denominado de CAMP – Círculo de Amigos do Menino Patrulheiro –, programa de educação que visa preparar adolescentes entre 14 e 16 anos para o mercado de trabalho. Neste projeto de capacitação profissional são oferecidas as disciplinas de informática, português, matemática, técnicas comerciais, relações humanas, orientação sexual, higiene, inglês e espanhol.

O quarto desdobramento da área pedagógica do Instituto Bola Pra Frente corresponde ao CST – Centro Social de Tecnologia –, projeto desenvolvido em parceria com o Ministério da Ciência e Tecnologia, que oferece cursos profissionalizantes nas áreas de informática e telecomunicações. O Instituto tem 10 computadores e atende a 20 alunos em cada aula de informática.



Acima o jogador Bebeto com o ator Eduard Boggis. Bebeto atua como vice-presidente do Instituto Bola Pra Frente desde outubro de 2002.

O Instituto conta atualmente com trinta e seis profissionais e seis voluntários, que se revezam nas áreas esportiva, comunitária e pedagógica. Os profissionais estão assim distribuídos: assistente social, psicóloga, socióloga, 5 pedagogas, assessora de comunicação, assistente de contabilidade, assistente da diretoria, secretária, coordenador de esportes, coordenador da área tecnológica, 3 porteiros, 3 auxiliares de serviços

gerais, 3 assistentes de lanchonete, professor de ensino fundamental, 6 professores de lutas, professor de matemática, professor de xadrez, professor de português, professor de história, professor de inglês e professor de informática. Quanto aos voluntários, eles são cinco na área de esporte e um é advogado.

Os campos de futebol do Bola Pra Frente ficam localizados na frente de um grande conjunto habitacional, onde Jorginho morava com a família; próximo ao Instituto fica a Avenida Brasil, uma das principais vias de acesso ao centro da Cidade do Rio de Janeiro.



Jorginho em partida realizada no Instituto Bola Pra Frente em comemoração aos três anos de funcionamento.

Localizada próximo às favelas do Muquiço e do Triângulo, o Instituto tem que conviver com o mesmo problema que afeta o comércio local e as quatro escolas municipais, que é a violência.

Durante a década de 1980, esse mesmo espaço abrigava um grande campo de futebol de terra batida, onde foram realizados diversos campeonatos organizados pela comunidade local. Ali Jorginho começou a jogar futebol e foi descoberto pelo olheiro Antônio Carlos da Silva Adão (apelidado de Catonho), hoje falecido e homenageado por uma escultura na entrada do Instituto. Como depois descobrimos, Jorginho nutre profunda admiração por esta pessoa, pois considera que sem o apoio de Catonho ele não teria se tornado jogador de futebol e fatalmente teria caído na marginalidade, como outros seus vizinhos do prédio e demais conhecidos do bairro, grande parte já falecida em confrontos com rivais ou policiais.

Jorginho tem uma estreita relação com a história da comunidade. Amigos, antigos vizinhos e demais colegas que jogaram bola com o ex-jogador estão em fotos que decoram as paredes do Instituto. Observamos no Instituto diversas imagens do ex-jogador, e sua trajetória como atleta de futebol está estampada em fotos que vão desde a idade de 12 anos, quando participava dos jogos desta comunidade no mesmo local em que hoje está o Bola Pra Frente, até a foto em que aparece de mãos dadas com outros jogadores da Seleção Brasileira campeã em 1994, no auge profissional de sua trajetória esportiva.

A camisa que o ex-jogador vestiu durante essa Copa do Mundo está colocada junto a outros troféus de sua carreira, e esses materiais encontram-se expostos em uma galeria em frente à parte central de entrada do Instituto, em que visualizamos uma espécie de museu pessoal do ex-jogador. Os clubes pelos quais jogou estão representados em uma pintura; do Brasil ao Japão, passando pelos clubes da Alemanha, eles estão registrados nos símbolos e camisas de cada agremiação, no muro de um dos prédios do Instituto.

No ano de 2002 Jorginho convidou o ex-jogador de futebol e também companheiro da Seleção Brasileira de Futebol Bebeto para que este atuasse como vice-presidente do Instituto. A entrada de Bebeto foi fundamental para que o Bola Pra Frente conseguisse novas parcerias.

Através de suas páginas na Internet (ceej.com.br ou fazendoadifenca.org.br) podem ser feitas doações na forma de pessoa física e jurídica; as colaborações não se restringem a dinheiro, mas abrangem também bens duráveis, material escolar e esportivo. É possível ainda participar como voluntário ou inscrever-se em cursos de estágio no Instituto. O Instituto conta com a parcerias das seguintes empresas: ATL, Instituto da Oportunidade Social, SESC-Rio, Excel Idiomas, Gráfica Adois, Refrigerantes Convenção, Disconildo Instrumentos Musicais, Universidade Estácio de Sá, Viva Rio, entre outros.

3.3.3 - O Instituto Dunga de Desenvolvimento Cidadão na Cidade de Porto Alegre

O Instituto Dunga de Desenvolvimento do Cidadão – IDDC – foi criado pelo ex-capitão do tetracampeonato, Dunga (39 anos), no Estado do Rio Grande do Sul, onde o ex-jogador nasceu e iniciou sua carreira de jogador de futebol. A ação social mais importante criada pelo Instituto foi a inauguração, no dia 1 abril de 2002, do projeto social denominado Esporte Clube Cidadão, em parceria com a Associação Cristã de Moços (ACM) de Porto Alegre.

O Instituto Dunga de Desenvolvimento Cidadão é uma empresa da sociedade civil, sem fins lucrativos, e tem como objetivo atuar em três eixos de ação social: 1- o acompanhamento escolar, em que os alunos recebem o reforço de disciplinas em que na escola regular demonstram fraco aproveitamento; 2- o acompanhamento familiar, onde são mantidas reuniões semanais com as famílias dos alunos matriculados, visando uma maior integração com as atividades oferecidas pelo Instituto; 3- o reforço alimentar, oferecido na forma de lanche, devido à carência nutricional em que algumas crianças da região se encontram.

O Instituto está localizado no bairro Restinga, zona sul de Porto Alegre. Este bairro começou a se desenvolver no início dos anos 1980, quando os políticos locais resolveram tirar as populações de baixa renda do centro da cidade, levando-os para novos assentamentos. A região fica a uma distância aproximada de uma hora e meia do centro da cidade, se usarmos o transporte coletivo.

O Instituto está cercado por cinco assentamentos de terra, onde moram cerca de 120.000 habitantes. Os terrenos foram oferecidos aos moradores pela Prefeitura Municipal, e as famílias beneficiadas pagam uma pequena quantia mensal para terem direito à posse de forma legalizada de seus terrenos. A Prefeitura de Porto Alegre oferece a infra-estrutura para moradia dessas famílias, tais como a pavimentação de ruas, a luz elétrica e o saneamento básico. O Instituto Dunga concentra suas atividades em apenas um dos cinco assentamentos, para que os serviços prestados tenham melhor qualidade.

Diferentemente do que encontramos na região Sudeste do Brasil, por causa da topografia da região não existem favelas localizadas em morros no bairro da Restinga, tampouco barracos como os das nas favelas cariocas, pois, segundo nos foi informado,

as moradias com tal estrutura são totalmente inadequadas para o intenso frio sentido em determinadas épocas do ano. O que observamos, em todos os cinco assentamentos desta região, foram casas construídas com tijolos e lajes.

O Instituto conta com 2.640m² de área construída em um terreno de 12.000 m² de área total. Outras empresas do setor privado e público também são parceiras neste projeto do ex-jogador Dunga. As empresas privadas são: Brasil Telecom, Grupo Elegê/Avipal, Fisher América do Sul, Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho e Grupo RBS. As empresas públicas são: Ministério do Esporte e Turismo, Ministério da Educação, Secretaria Nacional de Esportes e Prefeitura Municipal de Porto Alegre.

A instituição atende, de segunda a sábado, 387 crianças e adolescentes de 6 a 14 anos. Uma fila de espera foi elaborada para organizar a matrícula, e atualmente 388 pessoas aguardam para poder inscrever seus filhos e filhas no Instituto. Em seu relatório de prestação de contas que nos foi disponibilizado em nossa visita ao Esporte Clube Cidadão, foram realizados (durante o período de abril de 2002 a março de 2003), 107.911 atendimentos de reforço escolar e 271 atendimentos a grupos familiares; no mesmo período foram servidos a crianças e adolescentes 24.498 lanches, que incluem sanduíches, frutas e sucos.

Em seu *site* na Internet (www.capitaodunga.com.br) é possível saber das últimas viagens e palestras do ex-jogador, sua trajetória esportiva, bem como informar-se sobre as realizações do Esporte Clube Cidadão. Ou seja, neste caso a imagem do ex-jogador se mistura especificamente com seu projeto social, e se quisermos saber de um ou outro tópico ora relacionado à personalidade, ora relacionado ao Instituto, devemos ir ao mesmo endereço eletrônico disponível.

A foto abaixo mostra as crianças na aula de esportes no Esporte Clube Cidadão.



O Instituto fechou duas parcerias internacionais, frutos das redes de relacionamento criadas pelo ex-jogador durante suas idas à Europa no mês de agosto de 2003. A primeira com o Príncipe Albert de Mônaco e a segunda com o clube Hertha Berlim, da Alemanha, que atualmente ajudam com apoio financeiro e doação de recursos materiais, visando dar garantias de manutenção e ampliação dos serviços prestados aos alunos do Esporte Clube Cidadão. Em relação ao custo/aluno, ele é calculado em cerca de R\$ 100,00 por criança.

Vista frontal do Esporte Clube Cidadão.



Outra ação social realizada pelo Instituto Dunga de Desenvolvimento Cidadão é funcionar como captador e distribuidor de recursos conseguidos a partir de leilões, bingos e doação direta feitas por pessoas que conhecem o trabalho de Dunga na cidade de Porto Alegre. São beneficiados com este trabalho o Instituto de Câncer Infantil do Rio Grande do Sul, o Pão dos Pobres Santo Antônio, o Instituto da Criança com Diabetes do Rio Grande do Sul e a Casa Amparo Santa Cruz-Orionópolis.

A foto abaixo mostra o assentamento da Restinga beneficiado pelas atividades do Instituto.



O Instituto realiza diversas atividades festivas durante o ano - Natal, Carnaval, Dia das Mães etc. -, porém nos foi dito que o Dia dos Pais é um dos mais problemáticos para ser comemorado. Devido à ausência de inúmeros pais que já não moram com seus filhos, nesta data foi instituído uma espécie de dia da “figura masculina”. Isso pôde ser observado também nas diversas escolas públicas em que o pesquisador vem atuando como professor de Educação Física: é cada vez mais freqüente o número de famílias que

não contam mais com o pai e, em escala menor, famílias que não contam com a mãe. Portanto, quando temos que entrar em contato com as famílias de nossos alunos, pedimos para falar com o responsável, e não mais com o pai ou a mãe.

Notamos também que existe por parte dos coordenadores deste Instituto a preocupação em empregar profissionais que sejam prioritariamente moradores da comunidade da Restinga, o que, segundo nos foi informado, facilita o trabalho com os alunos matriculados e o relacionamento do Instituto com os seus familiares.

No próximo Capítulo, nos debruçamos nas entrevistas dos ex-jogadores informantes dessas pesquisa, recortando e analisando seus discursos e situando-os em nosso referencial teórico.

“Ser famoso não significa nada não, eu nunca deixei a fama subir pra cabeça, eu sempre fui um cara muito humilde, pra mim a humildade tá acima de tudo, então eu nunca me liguei com esse negócio de fama e nunca me deixei levar por isso... Agora, para as pessoas que estão ao meu redor, sim, eu sei que é importante pra elas virem, falarem comigo, pedirem um autógrafo, darem aquele carinho, aquele amor, isso é legal, isso é gratificante. Eu nunca me deixei levar por isso, agora, pra outros ao meu redor...”

(Bebeto, tetracampeão mundial de futebol em 1994, na entrevista concedida ao pesquisador)

IV – INTERPRETANDO A FALA DOS INFORMANTES

*“Fame lends authority”*⁴³
(A fama leva à autoridade)

Neste capítulo analisamos a fala dos informantes desta pesquisa, interpretando seus discursos, produzidos a partir das entrevistas realizadas com o pesquisador. Foram cinco os ex-jogadores entrevistados: Raí, Leonardo, Jorginho, Bebeto e Dunga.

Formulamos em nossa investigação categorias de análise que serviram de embasamento para as interpretações que se seguem, aliando nosso referencial teórico ao que foi encontrado nos discursos desses ex-jogadores. Procuramos nos deter nas diversas formas de discurso que eles nos apresentam para justificar suas trajetória no esporte, sua aposentadoria e sua posterior inserção na criação e desenvolvimento de suas fundações.

Constatamos que não existe uma única razão ou verdade a ser encontrada em suas falas. O que fazemos nas páginas seguintes é oferecer interpretações acerca daquilo que nos dizem, do lugar social de onde falam e da posição que ocupam neste momento de suas vidas. Tetracampeões, aposentados e instituidores de projetos sociais é uma das formas de definir suas atividades em relação ao passado e suas ações em relação ao presente.

As perguntas com “por quês” dirigidas a esses ex-jogadores tornam-se neste aspecto desnecessárias e equivocadas, pois iriam nos levar a respostas simplistas, “limpas” e corretas. Percebemos que é a partir do “como” que as construções, os ideais e as respostas tomam forma e sentido para esses ex-craques, que procuram repetir em

⁴³ Inglis, *apud* Giulianotti, 1999.

seus projetos sociais experiências de vida, sucesso e fama que suas carreiras lhes proporcionaram.

Consideramos esses atores sociais como pertencentes a uma mesma sociedade discursiva (Foucault, 1996; Maingueneau, 1997), porque partilham de um vocabulário comum elaborado no cotidiano de suas práticas. Seja no campo de futebol, nas viagens e nas convocações da Seleção Brasileira de Futebol, esses ex-jogadores compartilharam de diversas histórias, juntos conheceram países e dividiram redes de amizade e relacionamento no “mundo” e na “cultura” do futebol.

São, portanto, craques de reconhecimento internacional, que mantêm extensas redes de relacionamento e influência em diversas partes do mundo, principalmente nos países dos clubes em que atuaram como jogadores. Situações como estas se caracterizam quando franceses inauguram núcleos da Fundação Gol de Letra de Raí e Leonardo; quando italianos doam materiais esportivos; quando alemães enviam recursos financeiros para o Brasil diretamente ao ex-jogador Dunga; ou quando são abertas fundações européias para arrecadar recursos para o Instituto Bola Pra Frente, de Jorginho e Bebeto. Sem essa trajetória de vida positiva e vencedora seria impossível que organizações européias e brasileiras se dispusessem a colaborar com esses projetos sociais, ou que a visibilidade através da circulação de uma imagem pública transparente transformasse os projetos sociais em exemplos de sucesso na área do terceiro setor.

Em nossa investigação, procuramos compreender as relações que os ex-jogadores de futebol famosos estabelecem quando terminam um período da sua vida e iniciam outro; sua aproximação da velhice, da fragilidade do corpo e o provável desejo de se tornar um ícone a partir das realizações feitas dentro e fora dos gramados, transformando-se em eternos. Nos aproximamos da realidade desses ex-jogadores que

fazem mais do que esperar a aposentadoria, ou que escolhem o recolhimento e que vivem da falta de perspectivas. A geração dos ex-jogadores entrevistados segue encontrando nos projetos sociais respostas para as novas realizações de vida pessoal, em um espaço que não se distancia do mundo esportivo.

A partir do discurso que surge na prática do voluntariado, esses ídolos do esporte constroem nos projetos sociais uma atividade social entre tantas outras possíveis, mas que demonstram que a experiência vivida dentro do esporte pode ser somada à personificação de uma identidade heróica, a partir da tentativa de oferecer aos menos afortunados condições de pelo menos sonhar com uma vida digna. Oferecem uma realidade melhor a partir do futebol, unindo o sucesso ao prazer de praticar um dos esportes mais populares do mundo. É a partir deste contexto que fazemos as análises sobre os discursos desses ex-jogadores.

Complementando nossa análise, incorporamos cinco entrevistas com personalidades que estão envolvidas diretamente com o terceiro setor, o voluntariado e os projetos sociais nas esferas governamentais e empresariais. São eles:

1) Gérson (ex-jogador de futebol e Presidente do Instituto Canhotinha de Ouro, na cidade de Niterói), entrevistado pelo pesquisador na cidade de Niterói no dia 28 de agosto de 2003 na sede do seu Instituto.

2) Norma Reis (Coordenadora Técnica do Viva Rio e do Espaço Criança Esperança, na cidade do Rio de Janeiro), entrevistada pelo pesquisador no dia 17 de junho de 2003 na sede do Viva Rio, cidade do Rio de Janeiro.

3) Roberto Dinamite (ex-jogador e Deputado Estadual pelo Estado do Rio de Janeiro); entrevistado pelo pesquisador em 24 de maio de 2001, na Assembléia Estadual do Rio de Janeiro.

4) Siro Darlan (Juiz Titular da 1ª Vara da Infância e Juventude do Estado do Rio de Janeiro) que proferiu palestra no II Meeting de Responsabilidade Social no Instituto Bola Pra Frente no dia 1 de outubro de 2003 com a temática “Impacto Social: Avaliando os Resultados do Terceiro Setor.

5) Zico (ex-jogador e Presidente do Clube CFZ, Rio de Janeiro). Este ex-jogador concedeu uma palestra aos corpos docente e discente da Universidade Gama Filho, no *campus* Jacarepaguá, no Rio de Janeiro em 18 de outubro de 2001.

4.1 - O Projeto Social: Heróis entre Malandros

Demonstramos nos Capítulos II e III desta pesquisa que os projetos sociais desenvolvidos pelos ex-jogadores famosos que se constituíram em informantes desta pesquisa têm, em um primeiro momento, a possibilidade de fazer com que permaneçam próximos não somente de seus fãs, mas também da mídia, levando-os a manter um outro papel na sociedade que não mais o de ex-jogador de futebol. Afinal, ganharam dinheiro, fama e sucesso com o futebol. Nas visitas e entrevistas preliminares, quando o pesquisador conversava com os coordenadores dos projetos e visitava as instalações das Fundações, um deles afirmou: “*É como se em determinado momento da vida eles resolvessem abrir os cofres*”.

A idéia inicial da montagem e futura implementação dos projetos sociais parece seguir concomitantemente com a trajetória do ex-atleta. Se em um determinado momento da vida eles alcançam a fama e, portanto, o auge da carreira, o desejo de ajuda ao próximo toma forma para um possível encerramento de sua carreira profissional.

Na fala dos entrevistados, diversos discursos são produzidos para as suas justificativas, motivações e interpretações para suas adesões ao terceiro setor. Se para Leonardo foi a percepção de que é preciso fazer algo contra “...a exclusão total de crianças, sem oportunidade, sem nada...”, para Jorginho foi o seu passado com a comunidade do bairro de Guadalupe, na periferia do Rio de Janeiro, que fez com que ele iniciasse um projeto social exatamente no mesmo campo de futebol onde aprendeu a jogar bola.

*“O projeto é antigo, a idéia é antiga, a gente queria muito montar um projeto que pudesse assim contribuir na formação dessas crianças. A gente sabe que o Estado tem um problema social, um problema enorme, **essa exclusão total de crianças sem oportunidade, sem nada**, eu acho que o esporte se enquadra em qualquer classe.”* (Leonardo)

*“Eu fui criado ali em Guadalupe, né, fui criado ali desde 8 anos de idade, então tenho um carinho, um amor muito especial por aquele local. Ali basicamente eu comecei a jogar futebol, aprendi um pouquinho a jogar futebol. Morava em Cascadura antes, não tinha muito local pra jogar, e quando eu **cheguei ali, tinha duas traves e um campo, então, aprendi a jogar. Então, agradeço muito àquele local**, tenho um carinho muito grande por ter sido criado ali, e muitos amigos ainda tenho ali. Comecei naturalmente, assim a coisa começou a dar certo pra mim, com 13 anos de idade fui pro América; e depois que me tornei profissional comecei a pensar numa possibilidade de ajudar a comunidade, mas financeiramente não era ainda viável, eu precisava em primeiro lugar ainda pensar na minha família, minha mãe, depois eu casei, minha esposa, meus filhos e tal... **Mas sempre com aquele desejo muito grande de ajudar a comunidade de Guadalupe e poder fazer alguma coisa, uma coisa que tivesse também dentro da minha área, né, que seria esporte**, seria o futebol. E quando fui pro Japão vi esse sonho, esse desejo se tornar realidade, uma coisa mais viável realmente de acontecer, porque fiz alguns contratos lá, foram quatro anos de contrato e principalmente quatro anos de contrato com uma marca esportiva, com a Nike, que me deu essa possibilidade...”* (Jorginho)

“Sempre, quando eu jogava, já me envolvia, na Itália, Alemanha, quando algumas pessoas tinham algum problema. Porque o esporte é um ponto de referência. Então, depois comecei a analisar a minha infância, a parte fundamental do esporte na vida do brasileiro. O futebol é uma cultura e o esporte também é uma cultura dentro do Brasil. Não é só o esporte, então, na área da disciplina, dos bons hábitos, da aprendizagem, trabalho em grupo, saber respeitar, saber ter regras, saber ter hierarquia, saber que tu faz parte de um grupo, que tu é importante, mas que a vida continua se tu sair fora, tu tem que dar tua contribuição. E o esporte em si, em países como o Brasil, em países do terceiro mundo, cada vez mais tem um fator essencial: além da educação de todos, é um modo que as pessoas vêem de sobressair na vida, eles não têm outra opção”. (Dunga)

“Eu não pensei duas vezes quando Jorginho me chamou. Ele já tinha esse Projeto há dois, três anos, e aí o Jorge me chamou: Beto, tem esse projeto, eu quero que você entre, e eu estava sempre com isso na cabeça, de fazer alguma coisa por essas crianças, são muitas crianças...” (Bebeto)

Tanto o desejo de implementar o projeto quanto as condições para fazê-lo passam por uma iniciativa individual do ex-jogador de futebol. Quer seja acumulando recursos financeiros ao longo da trajetória no esporte, quer conseguindo algum patrocínio ou ajuda financeira, identificamos um discurso de responsabilidade social para com pessoas oriundas das classes menos favorecidas economicamente.

Do lugar social de onde falam e produzem seus discursos, esses ex-jogadores vão oferecendo elementos de interpretação ao pesquisador para que possamos compreender que é neste momento da vida que precisam se distinguir dos demais ex-jogadores, daqueles que não foram campeões de uma Copa do Mundo de Futebol e que formam uma pequena, porém consistente de ex-atletas que está empregando recursos financeiros na melhoria da qualidade de vida de crianças e adolescentes das periferias das grandes cidades brasileiras.

Para demonstrarmos como esses ex-jogadores estão absorvendo discursos de outras pessoas que circulam no espaço do terceiro setor e do voluntariado, ilustramos a passagem abaixo.

Logo no começo da entrevista com o ex-jogador Leonardo, o pesquisador utilizou a expressão “pessoas carentes” para referir-se às pessoas apoiadas por ele em seu projeto. Ele comentou que a expressão era inadequada, na medida em que todas as pessoas sofrem de alguma carência, não necessariamente material; portanto, seria melhor usar as palavras “pessoas desfavorecidas economicamente” para caracterizar a clientela atendida em sua Fundação.

Outras expressões vêm ganhando também circulação no âmbito da cultura do terceiro setor, tais como a utilizada por Dunga, quando se refere a “*crianças em situação de risco*” para falar das crianças que se encontram vivendo em áreas violentas, ou cujos familiares não consigam garantir o mínimo para a sua alimentação e/ou segurança afetiva.

Compreendemos que os novos vocabulários procuram dar conta das novas realidades de nosso tempo. Rorty (1989) considera que as verdades, assim como as metáforas, são fruto das redescrições do cotidiano que nunca são finitas, ou seja, novas expressões surgem para dar conta de novas realidades, tempos e verdades. Cabe ao pesquisador compreender como estes ex-jogadores adquirem um vocabulário contigente que está em circulação entre as pessoas que se dedicam ao voluntariado e ao cuidado de crianças e adolescentes de baixa renda de nossas grandes cidades.

Ao nos oferecerem uma expressão mais adequada, Leonardo e Dunga não apenas nos situam em um novo espaço, mas também reafirmam a possibilidade de conseguir entender as necessidades daqueles a quem vêm dedicando seu tempo livre,

desenvolvendo projetos que visam atender às carências materiais de uma parcela da população brasileira, que não é pequena, situada à margem do acesso aos recursos de sustento e de uma qualidade de vida pelo menos razoável.

Entender que as crianças brasileiras precisam de apoio, de ajuda para sair da exclusão social em que se encontram não chega a ser novidade, porém o fato de um ex-jogador de futebol considerar-se capaz de ajudá-las representa um novo movimento em direção às organizações do terceiro setor e do voluntariado no cenário brasileiro. Esses ex-jogadores são convidados a participar de reuniões, palestras e congressos onde não apenas são pagos para contar suas trajetórias de vida, mas também para emitirem discursos sobre as ações sociais nas quais se engajam neste momento.

Ao comparar as crianças de classe menos favorecidas com as oriundas da classe média, Leonardo (assim como Raí, Jorginho, Bebeto e Dunga) pode estar também pensando na sua realidade enquanto pai de família, com três filhos, e talvez vislumbre o futuro de uma sociedade mais justa para todos e que os ex-jogadores do futebol podem, juntos, ajudar na construção dessa sociedade mais responsável.

O fato de o ex-jogador Jorginho ter comparecido à inauguração da Fundação Gol de Letra de Niterói, no dia 10 de setembro de 2002, pode significar que as redes de ajuda e prestígio entre as fundações desses ex-craques mantêm-se em sintonia e comunicação. Outro fato relacionado às redes de apoio entre essas fundações pode ser exemplificado: foi mais fácil agendar entrevistas com os ex-atletas quando o pesquisador afirmava que já havia feito contato com outros ex-jogadores e visitado seus projetos sociais. A partir disto, dava-se a aproximação com os demais informantes desta pesquisa e, posteriormente, o agendamento das entrevistas.

O mito do eterno retorno considerado por Campbell (1973) está explicitado no discurso de Jorginho, quando este afirma que queria fazer algo por aquela comunidade na qual iniciou sua aprendizagem no futebol; seria, portanto, uma forma de agradecimento àquele espaço, por ter lhe dado tudo que hoje tem, não apenas em termos financeiros, mas também por toda a sua trajetória de vida. Ao afirmar a necessidade de realizar “...*aquele desejo muito grande de ajudar a comunidade de Guadalupe...*”, consideramos que aquela região não é uma comunidade qualquer; é o lugar onde o craque morou, viveu com seus familiares; e, portanto, este ex-jogador tem uma responsabilidade, ou ainda uma espécie de resgate, de retornar, de oferecer através do esporte algo que ele conquistou e que deve ser ofertado àquela comunidade.

Este ex-jogador, inclusive, trabalhava quando criança como faxineiro no corredor dos prédios que ficam em frente do que é hoje a sua Fundação. Considerado por Jorginho como uma “*favela de cimento armado*”, o Bloco 19, prédio em que morava, tinha inúmeros problemas sociais, entre eles a miséria e o tráfico de drogas.

Acreditamos que o fato de implementar um projeto social exatamente no local onde aprendeu a jogar futebol é um dado relevante, na medida em que o herói passa a mostrar a todos à sua volta que o sonho é possível, pois se ele veio daquele local, se aprendeu a jogar bola naquele campo de terra batida, outros poderão fazer o mesmo. Neste sentido, existe o discurso de que outros craques poderão surgir do mesmo local, fazendo com que o ciclo do mito do herói venha a se repetir para outras crianças daquela comunidade.

O ciclo do herói caminha neste momento para o fim. Rubio (2001) considera que o herói, ao retornar de sua jornada, encontra agora o caminho de volta para casa,

encontrando sentidos para sua trajetória de vida dentro e fora do esporte, justificando para si mesmo as escolhas realizadas nesse longo percurso.

Em nossa investigação, percebemos que ao chegar ao fim de sua carreira o ex-jogador de futebol volta-se para as lembranças do passado, para personagens e acontecimentos que o lançaram neste esporte. Um olheiro, um torneio conquistado, o apoio de familiares ou a simples vaga na “peneira” de um grande clube podem vir a ser momentos chave para a construção da narrativa de nosso herói. No momento este não parece ser o caso do ex-jogador, mas apontamos que é o fato de se tornar grato por sua origem que faz Jorginho pensar em oferecer àquela comunidade um projeto social.

O fato de se auto-representar como o escolhido e como aquele que pode oferecer às crianças e adolescentes um futuro melhor significa que não bastam existir os títulos de vencedor. O ex-atleta deve ser suficientemente benevolente para dividir as conquistas realizadas em seu passado com os projetos implementados no presente.

O iluminado (Eliade, 1992), neste contexto, faz brilhar novamente suas ações, transpondo o espaço esportivo e alcançando um espaço em que o prestígio pessoal pode fazer algo para uma legião de crianças e admiradores. Afinal, ele é reconhecido por suas consagrações dentro do espaço do jogo, do futebol, do lúdico e da felicidade que proporciona à maioria dos torcedores do seu time e da Seleção Brasileira de Futebol. Não é um “simples” mortal que inicia um trabalho social em uma comunidade carente. É um jogador de futebol de sucesso internacional, com experiência de vida no exterior e que neste momento, quando começa a ter tempo livre e concede menos entrevistas, vislumbra uma outra empreitada para sua vida pessoal.

A popularidade neste espaço pode tomar no futuro outros rumos. Como visto no Capítulo I desta pesquisa, diversos ex-atletas se tornaram lideranças políticas no Brasil.

Percebemos que se no futuro algum dos ex-jogadores aqui focalizados quiser concorrer a algum cargo político de voto majoritário, não será surpresa se conseguirem se eleger. Eles têm a confiança das comunidades em que atuam, apresentam credibilidade, oferecem transparência em seus projetos e representam um passado de glórias e conquistas no espaço do futebol. O que acreditamos interessante é demonstrar que, no Brasil, política, esporte e trabalho social podem se tornar esferas que se entrelaçam e permanecem juntas por diversos anos de nossa História.

Mas é claro que nem sempre esta mistura entre esporte e política pode vir a dar resultados concretos. O caso por exemplo de Roberto Dinamite que não conseguiu se eleger como presidente do Clube de Regatas Vasco da Gama em novembro de 2003, pode mostrar de forma contrária de que, às vezes, é preciso mais do que ter sido um bom jogador de bola do passado para poder vir a controlar esferas do poder em clubes tradicionais brasileiros.

Identificamos novas redes de convívio e relacionamento que distanciam de forma considerável esses ex-jogadores de seus pares do passado, pois os entrevistados parecem se apresentar com um discurso que envolve as questões sociais brasileiras e a conquista de noções de cidadania pela prática de esportes.

Durante a década de 1970, o ex-jogador Gérson, do Botafogo de Futebol e Regatas do Rio de Janeiro e campeão pela Seleção Brasileira de Futebol da Copa do Mundo disputada no México, aparecia na televisão em um comercial de cigarros afirmando que era preciso “*levar vantagem em tudo, certo?!?*”

Hoje, novas posturas, atitudes e configurações de vida se estabelecem para os jogadores de futebol famosos, oferecendo aos espectadores mais do que a simples inserção na “cultura da malandragem” que normalmente está associada à representação

de um craque de bola em nossa sociedade. Nos dias atuais, inclusive, dificilmente veremos um jogador ou ex-jogador associando a sua imagem pessoal a empresas fabricantes de cigarros ou bebidas alcóolicas, como ocorria anteriormente.

Mas estamos em um longo processo em direção ao assunto do bem-estar coletivo e a garantia do acesso às necessidades básicas de alimentação, moradia e segurança pública. Pode ser difícil, portanto, compreender como esses ex-atletas, com suas vidas “feitas”, famosos e ainda requisitados pela mídia, podem vir a fazer algo pelo bem público no Brasil que não tenha “por trás” no mínimo um interesse particular, um subterfúgio que não envolva ganho financeiro.

Esses novos atores sociais estão subsidiando o que Tubino (1992) interpreta como as novas configurações sociais do esporte, agregando e unindo diferentes grupos sociais a partir da admiração e da narrativa de suas trajetórias como heróis do esporte.

Parceiro de Leonardo na Fundação Gol de Letra, o ex-jogador Raí afirma que a inspiração do seu projeto foi o fato de sentir-se um privilegiado em um mar de pobreza e miséria. Em suas palavras,

*“O que me inspirou, bom, primeiro, algumas coisas, primeiro de tudo a realidade que a gente vive, de injustiça, **de se sentir privilegiado dentro dessa realidade, e acho que de acreditar na causa, nessa causa das oportunidades, da justiça social através da educação, de uma boa qualidade de educação para todos, educação popular no sentido de um bom nível para todo mundo como um direito básico. Então, acho que essa foi minha inspiração em acreditar nessa causa, e o fato de poder estar oferecendo isso para minhas filhas e tudo, e vendo que muita gente não, isso já dá pra ter uma competição bem cruel...**” (Raí)*

Para o ex-jogador Bebeto, foi a sua condição financeira estável que lhe permitiu ajudar o Instituto Bola Pra Frente. Ele afirma:

*“Eu e o Jorge jogamos juntos desde os 18 anos, nós somos muito amigos, isso facilita para a realização deste projeto social e na busca de parcerias e patrocinadores, porque somos conhecidos em várias partes do mundo e agora abrimos uma Fundação na Alemanha. E aí a gente sempre falava, já comentava entre a gente, mas só mais tarde é que a idéia foi amadurecendo, **a gente passou a ganhar dinheiro, graças a Deus, passou a ter uma condição de vida melhor, as idéias dele iam ao encontro com as minhas...**” (Bebeto)*

O sentimento de perceber-se como privilegiado pode ser um dos condutores para o desejo de implementar os projetos sociais, quando os ex-jogadores se reconhecem com condições materiais e financeiras acima da média da população brasileira.

Se Raí e Bebeto se encaixam no perfil dos mais ricos não é possível constatar, pois não sabemos dos valores de seus rendimentos; mas consideramos que, para uma nação como o Brasil, Raí e Bebeto são realmente privilegiados. Não somente pela situação financeira, mas por terem conseguido se destacar sendo jogadores de futebol, profissão que no cenário brasileiro pode ser considerada importante do ponto de vista da construção de uma identidade masculina e, como temos analisado, faz parte da construção de nossa identidade enquanto nação.

Sobre a questão de privilégio em nosso país, entrevistamos o ex-jogador Roberto Dinamite, ídolo do clube Vasco da Gama e que, após sua aposentadoria, conseguiu transferir sua fama dentro das quatro linhas para o campo da política em nível estadual. Segundo o ex-jogador:

*“**O esporte praticamente me proporcionou tudo**, acho que no aspecto pessoal, profissional, acho que ele foi importante pra mim. Hoje, o que eu procuro fazer é não só dar a essas crianças a oportunidade, né, de desenvolver a prática desportiva, mas ao mesmo tempo de dar também ao ex-atleta. (...) É que muitos deles, ao encerrar a carreira, têm dificuldade, tiveram dificuldade de manter de repente o mesmo padrão de vida, ou até um padrão razoável. (...) Se você perguntar a um milhão de crianças o que elas gostariam de ser, elas vão afirmar que querem ser jogador de futebol, que todos*

elas gostam, então, nem todas vão ter essa oportunidade, mas não vão chegar nem a isso...” (Roberto Dinamite)

Saber que todas as crianças e adolescentes que praticam futebol almejam ser jogadores de futebol não chega a ser novidade em nosso país, mas acreditamos que o valor simbólico e a posição social dessa profissão talvez sejam mais importantes até que seus rendimentos, pois a representação que temos dos jogadores de futebol é a de que todos têm uma excelente vida, com ótimos salários, mulheres e carros do ano. Uma das idéias que fazem os jogadores se aproximarem dessa representação está inserida no próprio discursos de ex-jogadores. O técnico Renato Gaúcho, por exemplo, afirmou que o jogador Romário é *“o mais carioca dos jogadores. Ele gosta de esporte, de badalação, de praia, de gente bonita, de caros esportivos, e geralmente é alegre. Sintetiza bem o que o Rio tem de melhor”*⁴⁴.

Para o ex-jogador Dunga, o fato de se sentir um privilegiado está relacionado diretamente à sua escolha profissional, e ele agora deve oferecer oportunidades às pessoas menos privilegiadas da comunidade de baixa renda da cidade de Porto Alegre. Em suas palavras,

*“seria muito egoísta da minha parte o futebol ter me dado tanto em termos de conhecimento gerais, em termos de conhecimento de mundo (eu morei em três países diferentes: Japão milenar; Itália, em Firenze, onde tem 10% da cultura do mundo; Alemanha, uma potência), seria muito egoísta o futebol ter me dado condição financeira boa, ter me dado um bom nome, um bom espaço na mídia, e eu agora acabar de jogar, ficar aproveitando **somente disso sem gerar oportunidades para outras pessoas. Não que eu me penalize por aquilo que eu tenho, por aquilo que eu como, por aquilo que eu visto, porque eu trabalhei para isto; o que eu quero é que no futuro outras pessoas possam ter o mesmo nível de vida que eu tenho, com as oportunidades que eu tô dando para elas. Vai depender delas, não de mim! Porque o pessoal da imprensa me perguntou que muitos jogadores andam de iate e o que eu achava disso... Não tem nada de mais, os caras trabalharam para isso, o que não pode é tu ser tão egoísta e tu***

⁴⁴ Cf. “O silencioso sonho de Romário”, *O Globo*, Rio de Janeiro, 22 nov. 2002.

*ter isso só para ti, tu não gerar com o teu conhecimento oportunidades para que outras pessoas possam ter acesso, possam trabalhar, **que elas possam se esforçar com o próprio trabalho delas, elas terem no futuro, quem sabe, o mesmo nível de vida, ou melhor, ou pelo menos o básico. E é por esse aspecto, as pessoas têm que retribuir dentro da sua arte, dentro da sua profissão a oportunidade para que outras possam ter esse acesso.***” (Dunga)

O fato de Dunga não querer se sentir egoísta por ter conseguido “tudo” como profissional do futebol nos faz lembrar como por vezes são mostradas as vidas pessoais dos jogadores de futebol. A mídia, de forma geral, mostra os valores dos salários das grandes estrelas, que quase nunca são confirmados ou desmentidos pelos clubes ou procuradores envolvidos nas gigantescas transações financeiras. Talvez falar em futebol seja falar de um mundo milionário, por vezes arrogante e que se distancia em muito da realidade dos outros milhões de cidadãos brasileiros. O presidente da CBF, Ricardo Teixeira, afirmou que o ônibus da Seleção Brasileira de Futebol transporta uma carga preciosa, avaliada em pelo menos 1,5 bilhão de dólares, que vão desde o valor salarial dos jogadores até o contrato de imagem que estes mantêm com grandes empresas de marcas internacionais⁴⁵.

Holt e Mangan (1996) consideram que o atleta-herói “*joins a set of icons – the ethical self-made man made successful on earth and in heaven by espousing piety, frugality and diligence...*” (p. 3). (Une uma série de ícones – o homem ético que se fez por si mesmo conquistou o sucesso na terra e no céu através da exposição da piedade, frugalidade e diligência)

Compreendemos que esses ex-jogadores sustentam o que no Capítulo I desta investigação nomeamos de *Brazilian dream*, que é a possibilidade de um indivíduo do sexo masculino se tornar famoso pela via do futebol. São exemplos dessa pequeníssima

parcela da população que sustentam o sonho de milhares de crianças, adolescentes e pais, mães, avôs e avós, que colocam seus filhos nas inúmeras escolhinhas de futebol espalhadas pelo Brasil.

Quem sabe neste momento não está se projetando em milhares de crianças a responsabilidade de se tornar uma celebridade pela via do futebol? Em nossa experiência profissional dentro da educação física, verificamos a necessidade que diversos parentes colocam na performance dos filhos quando estão jogando futebol. Mesmo nos primeiros contatos com a bola, muitas crianças já assumem a responsabilidade de terem uma performance que deve ser próxima à de um jogador consagrado. Para dar um exemplo, no ano de 2001 o clube Vasco da Gama tinha cerca de 25.000 crianças matriculadas em suas escolinhas de futebol pelo Brasil⁴⁶. 25.000 alunos, 25.000 sonhadores de uma vida melhor ou de conseguir pela via do futebol o que esses ex-craques conseguiram.

Repetir a trajetória do herói, tais como a busca do caminho a percorrer, a aventura a ser traçada e o encontro com a bem-aventurança, pode significar formas de se conseguir através do futebol a tão esperada ascensão social que, em um primeiro momento, é considerada por muitos como o único meio de ter sua vida melhorada, saindo da pobreza.

Ao colocarem em prática seus projetos sociais, esses ex-atletas demonstram que é possível alcançar o ponto maior do esporte, mas que é necessário, quando chega a hora de “pendurar as chuteiras”, saber dividir seus feitos, já que quando passam para o

⁴⁵ Cf. *O Globo*, Rio de Janeiro, 13 set. 2003.

⁴⁶ Os números nos foram fornecidos pelo ex-coordenador das escolinhas de futebol do Vasco da Gama no mês de dezembro de 2002.

outro lado do campo não lhes restará muito o que fazer a não ser tentar viver do que o futebol lhes proporcionou em termos de fama e prestígio, no período de atividade.

Os “Dungas” “Jorginhos”, “Leonardos”, “Raís” e “Bebetos” podem, desta forma, continuar a ser conhecidos por seus respectivos apelidos. Prolongam, mesmo depois de alguns anos fora dos gramados, suas personalidades públicas de ex-atletas do futebol (Helal *in* Helal, Soares & Lovisolo, 2001).

Os iluminados (Eliade, 1992) iluminam agora outros setores da sociedade, que não apenas o futebol. Mas precisam da fama conseguida neste esporte para continuar estendendo novas redes de ação e solidariedade aos grupos, famílias, crianças e adolescentes que estão sendo beneficiados por seus projetos sociais.

4.2 - A Imagem Pessoal como Fonte Geradora de Riqueza

Ao abrirem suas fundações, os ex-jogadores de futebol enfrentam a imediata necessidade de captar recursos. Seja contando com a ajuda da iniciativa pública, seja da iniciativa privada, é preciso continuar implementando e expandindo os projetos sociais. Dependendo das redes de relacionamento e amizade que o ex-jogador manteve durante o período em que ainda estava na “ativa” no futebol, ele será capaz de projetar sua imagem na aquisição de patrocinadores, parceiros e colaboradores do projeto. O ex-jogador Zico, por exemplo, mantém seu centro de treinamento com o apoio de diversos patrocinadores que, antes de fecharem contrato com sua empresa, o CFZ, atuavam como patrocinadores do ex-jogador no período em que este mantinha-se em plena atividade profissional como atleta de futebol.

Segundo o ex-jogador:

“Entre as parcerias que eu tenho estão a UGF, Coca-Cola e Vella Seleção, que hoje me dão uma estrutura. (...) Elas foram possíveis somente porque eu consegui acumular diversas amizades que hoje me permitem uma estrutura financeira para meu clube.”

(Zico)

Independente dos clubes em que esses ex-atletas atuaram, percebemos que suas trajetórias ficam marcadas pelas conquistas de campeonatos de que participaram. Como exemplo, destacamos a conquista do tetracampeonato mundial de futebol, em 1994, em que os cinco informantes desta pesquisa atuaram como titulares na maioria das partidas.

Interpretamos que a imagem pessoal de campeão mundial contribui em muito para que esses ex-jogadores circulem pela mídia em geral, mostrando seus projetos, suas intenções e objetivos, com o respaldo de terem trazido para o Brasil um título mundial dentro do futebol.

Eles adquirem um outro espaço no meio esportivo, e suas imagens pessoais se destacam, pois tornam-se marcas de si mesmos; ou seja, ao vê-los na mídia, podemos reconhecer a importância que eles detêm, não mais através de seus clubes, não mais pelo que praticaram ou pela habilidade técnica que detinham nos “áureos tempos”, mas por si mesmos: ex-jogadores de futebol que trazem, a partir de suas carreiras esportivas, elementos que sinalizam a identidade de uma geração e a cultura de uma parte da população.

Transformam-se em mercadorias e devem saber lidar com o fato de que suas ações, sejam elas positivas ou negativas, serão vistas e revistas não só pelo público, mas também pelos especialistas de plantão, que irão significar, recortar e interpretar suas atitudes.

Desenvolvemos aqui que existe uma circulação contínua das imagens dos ex-jogadores. Como uma espiral, as diversas formas de mídia se alimentam uma à outra das informações colocadas em destaque ao longo da pauta jornalística. Se as iniciativas Leonardo, Raí, Jorginho, Bebeto e Dunga ganham destaque em um tipo de mídia, como por exemplo a televisiva, é possível que venham também a obter espaço na eletrônica, impressa e radiofônica. A celebridade, que também é do meio esportivo, se transforma em notícia e mantém sua auto-imagem ativa, ou melhor, “viva”. Passa também a suprir a necessidade dos meios de comunicação de abordar determinados temas, como esporte, ações sociais, solidariedade, ao longo de um dia inteiro a ser preenchido em suas pautas. Assumem, portanto, diversos papéis sociais dentro de uma mesma identidade: ex-jogador de fama internacional, fundador de projeto social, voluntário, e que tem algo a dizer e fazer por uma comunidade específica dentro de um bairro da periferia de uma grande cidade brasileira.

Se foram campeões no futebol, podem mostrar que existem outros caminhos, em outras atividades, como por exemplo no espaço do voluntariado e da educação. É previsível que as imagens deste feito positivo sejam repetidas inúmeras vezes sempre que este ex-jogador vem a público dando entrevistas ou falando de seu projeto social.

Quando atuam como captadores de recursos para suas organizações, eles não estão, naquele momento, representando ou sendo representados por nenhum clube ou marca, apesar da lembrança de suas jogadas, dos clubes pelos quais foram campeões ou das falhas que cometeram enquanto jogadores. Quando atuam como voluntários são vistos como seres humanos “normais” e que nos oferecem outras facetas de suas personalidades: menos esportivos, festivos, celebridades, e nos mostrando seu lado cidadão, socialmente responsável e humano. No Capítulo II desta pesquisa apontamos a

importância de os jogadores de futebol da atualidade serem capazes de atuar não apenas dentro das quatro linhas, mas, a partir dessas qualidades futebolísticas, serem também habilidosos fora dos gramados (Giulianotti & Finn, 2000).

Na fala dos informantes, a imagem pessoal construída a partir da fama no futebol pode contribuir em diversos aspectos:

*“Eu acho que também foi um dos motivos (...) que nos levou a estar canalizando esse poder do sucesso, do futebol, do esporte. Acho que **nesse sentido é interessante até mesmo para a tese...** O esporte tem um poder de mobilização impressionante, que muitas das vezes, ou na maior parte das vezes, é mal utilizado ou subutilizado até mesmo para os atletas que chegam ao estágio de vencedor. **Acabam as carreiras, esperam, vai se perdendo aquilo, e aquilo não é utilizado e podia ser utilizado de várias formas para boas causas, para causas em que as pessoas acreditam.** Então, acho que a gente é o tipo de atleta que soube direcionar o sucesso para que isso nos ajudasse...” (Raí)*

*“... **você consegue, as coisas se tornam muito mais fáceis, você entra num banco, você resolve as coisas mais rápido,** qualquer lugar, numa loja as pessoas te atendem melhor, sabe, mas eu acho que é uma coisa muito enganosa, porque tem o outro lado... O lado negativo é que tudo que você tá fazendo você tá sendo observado, as pessoas querem te ver diferente e você não é, você é um ser humano normal, você não tem nada de diferente. Todas as dificuldades, necessidades, vontades que você tem eu tenho também, e as pessoas acham que **o ator de televisão ou que o jogador de futebol** e tal, ele é um cara diferente. Não, nós temos as mesmas coisas, as mesmas dificuldades e tal...” (Jorginho)*

O discurso produzido por esses ex-jogadores procura oferecer sentidos de que em muitos casos é a fama a responsável direta para que nesse momento da vida os ex-jogadores sejam capazes de captar recursos nas diversas esferas públicas (federal, estadual e municipal), bem como na iniciativa privada. Nas próximas falas, Leonardo, Bebeto e Dunga acabam por reforçar o privilégio de que desfrutam em nossa sociedade:

“... não vou negar pra você que é um facilitador. É um facilitador, sim, porque nós temos instituições que estão **muito desacreditadas**, a Escola, a Família, o Estado, eu acho que a gente traz um pouquinho de credibilidade a isso, isso eu não posso negar. Eu não posso negar que sinto nas pessoas a vontade de estar com a gente, isso é muito legal, mas não é suficiente para manter um trabalho, você só continua, você só tá junto por muito tempo se a coisa for fundamentada. **Não adianta você ser Ronaldinho, nem Pelé, porque não vai ser suficiente para manter um trabalho sério. Eu acho que existe um facilitador, mas eu acho que o que nós temos de melhor é o grupo de cabeças pensantes, e a coordenação e educadores, que foi uma opção nossa desde o início: buscar pessoas no mercado...**” (Leonardo)

“... fama é ser conhecido, reconhecido. Para mim, ser famoso é as pessoas verem sempre o teu trabalho, não sucesso, sucesso é muito passageiro, ah, fala de mim, de bem, de mal, eu já não entro neste princípio, eu acho que as pessoas têm que ter um respeito como profissional, valorização profissional, aí sim é um sucesso. Só que no Brasil as pessoas confundem valorização profissional com sucesso passageiro, não interessa, dois meses, tá na mídia, fala, escândalo, mas fala de mim. **Eu já não gosto de ser famoso neste aspecto. Gosto de ser famoso, as pessoas respeitarem o teu trabalho, ser valorizado por aquilo que tu fez, e isto de certa forma te dá uma credibilidade, dá uma moral. E depois, manter isso é ainda mais complicado, porque no esporte tu acaba sendo um ponto de referência, e qualquer falha tua aqueles cinqüenta que não gostam vêm, aí eles passam a criticar o teu trabalho, começam a criticar o ser humano, aí tem que ter um grande equilíbrio. O esporte tá crescendo neste aspecto, porque não é fácil as pessoas pensarem que o cara sai do morro, não foi traficante, não foi drogado, não foi alcoólatra, não tinha o que comer e foi uma pessoa íntegra, e foi praticar esporte, do dia para o outro ele passa de 200,00 reais para cinco, vinte, trinta mil reais, e ele tem que manter a estrutura, e trezentos, quatrocentos jornalistas fazendo a mesma pergunta, bombardeando e ele tendo equilíbrio. Então, a gente conversa até entre nós mesmos: “ah, mas jogador às vezes responde a mesma coisa!” Sim, porque as perguntas são sempre as mesmas coisas! E aí eu coloco uma outra pergunta: se fosse um médico, um doutor, um advogado, com trinta jornalistas fazendo a mesma pergunta pra ele todo dia, se ele não ia tentar, pra se mostrar inteligente, mudar essa resposta todo dia, e quando chegasse no final da semana ele estaria dizendo o contrário do que ele disse no começo da semana. Então, é uma forma do jogador se proteger, responder sempre a mesma coisa para não se perder, para não se perder durante as entrevistas...**” (Dunga)

Apesar de reconhecerem o lado ambíguo e contraditório da fama, esses ex-jogadores consideram que é o preço a pagar para continuarem sendo reconhecidos em lugares públicos, conseguindo parceiros e patrocinadores não apenas para sua imagem pessoal mas também para seus projetos sociais.

*“Eu acho que a imagem com certeza foi importante, ajudou muito pra gente em termos de conseguir patrocínio, das empresas ajudarem. Acho que as pessoas percebem que a gente tá começando um trabalho de longo prazo, conseguindo crescer, e ao mesmo tempo mostrar para as empresas que estão investindo o resultado deste nosso trabalho. Mas é claro que uma pessoa famosa facilita, ajuda, abre caminho. Ser famoso, por exemplo, é muito legal, eu acho muito interessante se você souber usar... Saber usar não pro seu ego, mas pra você justamente poder expandir. E você às vezes pode usar sua fama. Vou dar um exemplo bem prático: se você usar sua fama pra no trânsito conseguir se livrar de uma infração que você cometeu, aí você fala: pô, sou o fulano! Aí o guarda fala: ah, tá! **Uma coisa é você usar a fama em benefício próprio, mesmo contra a lei, outra coisa é você usar a fama pra fazer coisas legais, por exemplo: uma coisa legal e simples é visitar o Hospital do Câncer, visitar uma criança. Pô, toda criança vai querer ver o Bebeto, o Jorginho, a alegria que ela vai ter com isso, a gente nem imagina da alegria que ela vai estar por dentro...**” (Bebeto)*

Ao identificarem a fama como capaz de “abrir portas”, esses ex-jogadores representam para si o valor de sua imagem pessoal, conquistada na trajetória esportiva, tanto em seus clubes como na Seleção Brasileira de Futebol. Eles fazem de sua imagem a forma mais poderosa para uma possível agregação de valores em torno dos projetos sociais, tornado-os viáveis e com a visibilidade necessária na esfera econômica e política, para conseguirem juntar patrocinadores em sua empreitada.

Ao pedirem recursos para seus projetos, esses ex-jogadores se deparam com uma série de obstáculos que também atingem outras pessoas que desejam realizar projetos sociais. Porém, como são pessoas públicas, a possibilidade de conseguirem recursos ou até mesmo de agendarem reuniões com políticos das diversas esferas governamentais é, no mínimo, mais fácil de se concretizar do que com outras pessoas menos conhecidas.

Chuteiras, camisas e bolas utilizados por esses ex-jogadores tornam-se símbolos de poder e conquista. Esses objetos normalmente viram peças de colecionadores que procuram ter um pouco da vida do ex-craque em casa. O jogador de tênis Gustavo Kuerten, por exemplo, doou para a Fundação Gol de Letra a camisa que usou na final da Copa Davis⁴⁷.

A adesão de outros ex-jogadores, jogadores de futebol em atividade e até mesmo de outros atletas famosos de diferentes modalidades esportivas faz dos projetos sociais desses ex-craques uma rede cíclica de geração de riqueza e investimentos em que visibilidade, fama e sucesso caminham juntas para que a expansão de novos projetos sociais seja objetivada. A fama, aqui, além de ser objeto de facilitação para os nossos entrevistados, pode significar o que DaMatta (1997) considera como a posição social, o “*sabe com quem está falando*” na representação das relações de poder na sociedade brasileira. Saindo do anonimato, usam o que o sucesso pode lhes trazer de melhor, como prestígio e influência para a captação de recursos.

Os projetos sociais precisam necessariamente de uma face, de um mentor e, de certa forma, de um mecenas para saírem do papel. Se em um primeiro momento o dinheiro investido do próprio bolso faz com que o projeto social do ex-jogador se torne realidade, é preciso que as empresas públicas e privadas sintam-se engajadas na ação social, doando produtos, materiais e até mesmo dinheiro.

As personalidades que emprestam sua fama para uma causa de cunho social são consideradas por Castells (1999b) como Profetas. Em nosso estudo, percebemos que os ex-jogadores acabam por ganhar essas características por utilizarem seus “dotes” frente a inúmeros colaboradores conquistados durante o período de atividade na carreira de

⁴⁷ Cf. *O Globo*, Rio de Janeiro, 23 set. 2002.

atleta de futebol. Tomam para si responsabilidades e literalmente cedem sua imagem para empresas que desejam investir em seus institutos e fundações.

Fernandes (1994) identificou que era necessário conhecer os perfis dos dirigentes de ONGs para entender como se formam as novas redes de relacionamento de ajuda cidadã no espaço do terceiro setor, pois ao conhecê-los podemos identificar que tipo de sociedade eles desejam para si e suas famílias, suas convicções políticas e ideológicas, enfim, os aspectos importantes que os fazem gerenciar instituições que devem estar comprometidas com o bem-estar público.

Em nossa investigação, compreendemos que o poder de mobilização que a imagem desses ex-jogadores detém na mídia e junto ao público em geral poderá fazer com que suas iniciativas consigam ajuda de diversos segmentos organizados da sociedade. Afinal, qual empresa, seja ela pública ou privada, não quer estar associada à imagem de campeões mundiais do futebol fazendo um gesto solidário?

Esses ex-atletas possuem aquilo que é mais precioso em termos de captação de recursos para a expansão do terceiro setor: credibilidade. A reputação neste espaço se transforma na moeda mais forte de troca, e isto os ex-jogadores têm de sobra.

Na fala de Leonardo podemos constatar que ele tem perfeita consciência de sua imagem neste ambiente, considerando inclusive que “... *eu sinto nas pessoas a vontade de estar com a gente...*”. Desta forma, é possível considerar que o ex-jogador não deve ter dificuldades em conseguir parcerias ou patrocinadores para suas empreitadas na Fundação Gol de Letra. Afinal, a Fundação em que atua como instituidor tem, ao todo, 24 parceiros e 20 colaboradores nas cidades de São Paulo e Niterói. Essa credibilidade advém da construção de uma imagem pública positiva frente aos seus fãs e admiradores.

É preciso lembrar que, sempre que é entrevistado, Leonardo tem de se explicar sobre a “famosa” cotovelada aplicada contra um jogador da seleção norte-americana de futebol na Copa do Mundo de 1994, agressão esta que o eliminou da competição. Ele afirma que já falou sobre o assunto “umas mil vezes”. Porém, este fato não fez Leonardo assumir o papel de anti-herói junto aos torcedores brasileiros, apenas acrescenta à sua narrativa de vida mais um capítulo em que o “erro”, no caso a agressão, o faz se aproximar do humano, coberto de provações e superação de obstáculos encontrados na trajetória do herói (Helal, 1998).

O ex-jogador Jorginho compara o ator de televisão e o jogador de futebol: para ele, ambos são iguais e as pessoas ao redor não devem pensar que eles são diferentes dos demais “mortais”. Mas, se a fama tem seu lado positivo, ela também apresenta um lado negativo, pois afinal as pessoas podem não sabem distinguir onde começa o espaço do homem público e termina o espaço privado (Tannen, 1998).

Além disso, se, de acordo com Jorginho, “*você entra num banco, você resolve as coisas mais rápido*”, ou “*numa loja as pessoas te atendem melhor*”, podemos inferir que ao deixar os gramados, com o passar dos anos e com o distanciamento dos meios de comunicação, a imagem pública dos ex-jogadores estará fatalmente distanciada de um novo público, ou ainda dos antigos admiradores. Eles não serão mais tão observados, tendo inclusive que se fazer identificar naqueles locais.

Restarão, neste caso, as lembranças dos títulos conquistados pelos clubes ou pela Seleção Brasileira. Ao montar suas fundações, esses ex-jogadores podem, como fez Jorginho, montar uma espécie de museu de sua própria trajetória, estampando suas fotos pelos muros, expondo taças conquistadas durante anos de carreira e as camisas dos clubes pelos quais jogou.

Ao contrário de outros atletas famosos que chegam à terceira idade sendo homenageados pela imprensa e confederações, esses ex-atletas não precisam esperar por tais iniciativas; podem, a partir de si mesmos, construir espaços onde os visitantes, que incluem outras personalidades famosas do mundo do esporte, da televisão e da sociedade, vejam o que estão realizando neste momento da vida.

Uma possível “morte pública” (Giulianotti, 1999), ou um indesejável esquecimento são assim transferidos para o espaço do bem-estar coletivo, garantindo que esses ex-jogadores continuem sendo importantes para milhares de pessoas. Se neste momento de vida não há como modificar suas carreiras esportivas, é viável, a partir de agora, reutilizar seu nome para a atuação em outros campos que preservem a imagem do ex-jogador em um campo seguro, positivo, longe do desgaste com torcedores e imprensa, verificados no caso do ex-jogador que se transforma em um técnico de futebol.

Para o ex-jogador Raí, é preciso saber utilizar o poder de mobilização do esporte. Segundo ele, *“acabam as carreiras, esperam, vai se perdendo aquilo, e aquilo não é utilizado e podia ser utilizado de várias formas para boas causas”*. O poder de mobilização que o esporte tem em nossa sociedade é inquestionável. Porém, é interessante lembrar que Raí sabe para quem está falando. Ao conceder sua entrevista, afirmou que o assunto *“é interessante até mesmo para a tese”*.

O acordo de fala que se estabelece entre Raí e o pesquisador permite inferir que o interdiscurso (Orlandi, 1999) produzido na fala do ex-jogador passa a acompanhar o que quer ser dito, o que quer deixar sobressair. De um lado, o ex-jogador; do outro, o pesquisador tentando compreender os porquês de sua ação no terceiro setor. De um lado, um ex-jogador com experiência internacional, que foi entrevistado pelas mais

importantes redes de rádio, televisão e jornal do País; do outro, um professor de educação física que tenta captar os sentidos da fala do ex-jogador.

Estamos tratando de um ex-atleta que teve sua trajetória esportiva construída também nos gramados europeus; que participou de programas educacionais no Canal Futura e hoje atua como curador em sua própria Fundação; que em novembro de 2000 foi eleito o voluntário do ano na categoria esportista; que teve sua Fundação reconhecida pela UNESCO como modelo mundial de apoio às crianças menos assistidas; que em agosto de 2002 foi eleito um dos 20 maiores líderes sociais do Brasil; que tem como irmão mais velho o ex-jogador Sócrates (ex-capitão da Seleção Brasileira de Futebol na década de 1980 e um dos mais atuantes participantes da famosa Democracia Corinthiana); que é considerado um símbolo de beleza masculina.

Ao nos dizer o que considera importante para nossa pesquisa, ele acaba por mostrar o que é interessante de ser observado em sua Fundação: visibilidade, confiança, atendimento à criança, sucesso, esporte, beleza pessoal, enfim, elementos que marcam o estágio atual de sua vida fora dos gramados e que demonstram o quão importante é hoje sua vida para uma coletividade.

Lembramos também que não é fácil encontrar os locais das fundações desses ex-jogadores. Sempre que perguntávamos aos moradores, transeuntes e motoristas onde elas estavam localizadas, ouvíamos: “Fundação Gol de Letra?! Não conheço! Ah, a Fundação do Raí...” Ou então: “Instituto Bola pra Frente?! Ah, o campo do Jorginho...” Podemos compreender que a associação do nome do ex-jogador à fundação que ele patrocina naquele local específico representa, de certa forma, uma possibilidade daquele bairro ou região se transformar em referência a partir não da fundação em si, mas da lembrança do seu criador. Ou seja, mantém-se vivo o cultivo da imagem do ex-jogador,

nem que este fique restrito aos moradores daquela região contemplada com os projetos sociais.

Verifica-se aqui um paradoxo: ao mesmo tempo em que o discurso dos ex-jogadores carrega o sentido de dividir com outras pessoas aquilo que conseguiram, fazendo do voluntariado uma bandeira, eles acabam também promovendo a si mesmos e à sua trajetória no esporte, pois estão à frente das ações realizadas por suas fundações.

Em nossa investigação, percebemos que a fama trazida do futebol irá permitir ao ex-jogador trilhar inúmeros caminhos após sua retirada dos gramados, mas que, ao implementar sua fundação, ele consegue unir fama, imagem pessoal e ainda gerar novas fontes de circulação de riqueza, seja empregando pessoas, doando recursos, conseguindo patrocínios e trabalhando voluntariamente.

As questões de natureza social são interpretadas como um fato a mais dos desdobramentos de nossa modernidade. Se em algum momento era preciso ser famoso no esporte, agora é preciso criar uma personalidade pública que atue em ações positivas frente à mídia e ao público em geral, bem como ser politicamente correto em seus comportamentos. E se essa atitude parte do campo do futebol, acreditamos que a viabilidade de sucesso neste setor é maior que nos demais esportes, pela capacidade que o futebol tem de despertar o interesse de mídia, público e patrocínio em nosso país.

A sociedade brasileira, que produziu o malandro e continua a cultuá-lo como identidade nacional, hoje oferece também um novo jogador de futebol: o socialmente responsável.

4.3 - A Campo de Atuação das Fundações Pesquisadas

Em nossa investigação, identificamos que as fundações observadas apresentam uma missão a ser cumprida. Essa missão serve como ponto norteador para as ações a serem implementadas pelos projetos sociais nelas desenvolvidos. Também é importante se distinguir das demais fundações, para assegurar junto aos órgãos de financiamento a possibilidade de obter selos de garantia, exames de avaliação e ganhar prêmios dentro do terceiro setor (Landim, 2002).

Existe uma idéia fundamental, um marco que irá gerir as atividades dentro dessas instituições. Não somente para o corpo de funcionários que se envolvem com esses trabalhos, como também para todas as redes de patrocínio e parceria, é preciso que os ex-jogadores digam o que pretendem com seu trabalho social, o que querem alcançar e de que forma estão buscando incentivos.

De acordo com seus respectivos Estatutos, a Fundação Gol de Letra, dos ex-jogadores Leonardo e Raí, tem como missão:

“Investir na formação de gerações de crianças e adolescentes capazes de transformar suas realidades, garantindo-lhes o direito à educação, cultura e assistência social.”

O Instituto Bola pra Frente, do ex-jogador da Seleção Brasileira Jorginho e Bebeto, apresenta como missão para as crianças de Guadalupe e bairros próximos:

“Tirar a criança da rua e a rua da criança.”

O Esporte Clube Cidadão, do ex-jogador Dunga, tem como missão

“Promover através do Esporte um caminho de acesso à maioria entendida como pleno exercício da cidadania na construção de uma sociedade democrática e solidária”.

Identificamos que o atendimento a ser realizado por essas fundações não se destina a um público qualquer. Ao enfatizarem a criança e o adolescente como público central dos recursos disponíveis, pode-se inferir que é a partir da preocupação com o futuro do País que se enfrentam os problemas relacionados à educação.

Esses ex-jogadores não estão montando projetos voltados para o idoso, a mulher, o negro, o índio ou qualquer outra parcela específica de nossa população. Destinam seus esforços e recursos para ajudar na formação de crianças e adolescentes melhores, menos desocupados, assimilando elementos de socialização que o esporte pode oferecer.

Dentro dessa faixa etária, as crianças e adolescentes atendidos também fazem parte de um grupo específico: são crianças e adolescentes do meio urbano, todos estão matriculados na rede pública de ensino (este, inclusive, é um atributo obrigatório para que sejam aceitos nesses projetos), pertencem às classes sociais menos favorecidas economicamente e residem em bairros ou localidades considerados violentos, à margem da ação do poder público. Ou seja, os projetos sociais aqui analisados estão endereçados a um público particular e, portanto, requerem estratégias de ação que visem buscar resultados e tomadas de decisões distintas, para um melhor resultado dos recursos financeiros humanos e financeiros empregados.

Segundos dados do UNICEF sobre os recursos financeiros aplicados em crianças e adolescentes no Brasil, um aluno matriculado em uma escola pública custa ao Estado

brasileiro cerca de R\$ 700,00 mensais⁴⁸. Se compararmos esses custos aos de uma criança no Instituto Dunga de Desenvolvimento Cidadão, que está em torno de R\$ 100,00, podemos perceber que os valores do primeiro estão muito altos e que de certa forma deveriam ser melhor gerenciados, para uma relação custo-benefício mais eficiente.

No caso específico da fundação do Instituto Bola Pra Frente, o entendimento de que “a rua” é um problema, e pode ser resolvido também pela entrada da criança no Instituto, permite-nos inferir que esse pensamento faz parte de uma representação maior que entende que sem atividades de reforço escolar ou da prática esportiva estaremos colocando as crianças em situação de risco social, tais como a marginalidade e a violência.

Interpretamos que parece existir um discurso de que o horário escolar não atende às reais necessidades das crianças. As fundações entram no espaço ocioso do período da manhã para os alunos que estudam durante a tarde, e funcionam no período vespertino para os alunos matriculados nas escolas no período matinal. O objetivo é preencher o horário livre das crianças, e a partir disto tentar afastá-las do tráfico e do uso de drogas, dos pequenos delitos, da “mente desocupada, ocupação do demônio”. Para se ter uma idéia dessa situação, dos dez mil adolescentes infratores que estão detidos hoje no País, 86% já foram usuários de algum tipo de droga e 71% das instituições onde se encontram esses jovens não têm condições de reeducá-los, apesar de em média gastar-se R\$ 4.000,00 por mês com cada adolescente infrator⁴⁹.

⁴⁸ Cf. *O Globo*, Rio de Janeiro, 18 set. 2003.

⁴⁹ Fonte: Secretaria de Direitos Humanos do Ministério da Justiça, cf. *O Globo*, Rio de Janeiro, 10 dez. 2002.

A dificuldade que essas instituições públicas, tais como a FEBEM, de recuperarem os menores infratores ou de oferecer segurança aos cidadãos, levou o Ministro da Justiça a afirmar que: “*existe uma linha de montagem da criminalidade na FEBEM passando pelos aparelhos da Polícia*”⁵⁰.

Em nossas entrevistas com os ex-jogadores, a fala produzidas procuravam dar conta de que era necessário não deixar que essas crianças matriculadas em seus projetos sociais seguissem o mesmo caminho que infelizmente as crianças de institutos de recuperação de menores infratores se encontravam. É preciso portanto, que essa “linha de montagem” ao qual o Ministro da Justiça se refere seja interrompida, e uma das soluções pode vir a ser os projetos sociais desses ex-jogadores.

Quanto à Fundação Gol de Letra, dos ex-jogadores Leonardo e Raí, consideramos que se ela tenta garantir o acesso de crianças e adolescentes à educação, à cultura e à assistência social é porque temos um discurso de que no Brasil o Governo (seja ele na esfera federal, estadual ou municipal) não é capaz, sozinho, de enfrentar as questões sociais, e que as parcerias com o terceiro setor se fazem necessárias para um melhor sucesso nas ações implementadas, que não podem estar mais restritas ao setor governamental (Landim, 2002).

Existe o consenso de que é necessário enfrentar, a partir de ações particulares, questões que são do domínio público quando o assunto é a formação de crianças e adolescentes. Raí, Leonardo, Jorginho, Bebeto e Dunga parecem repetir o que as pessoas engajadas no setor do voluntariado fazem: tomam para si responsabilidades que teoricamente deveriam estar a cargo do Estado brasileiro, da escola e dos próprios responsáveis pelas crianças e adolescentes.

⁵⁰ Cf. Programa “A Voz do Brasil”, 18 de setembro de 2003.

Mas o envolvimento de particulares nesses problemas é ainda um acontecimento recente em terras tropicais. Se o terceiro setor no Brasil só começou a ganhar força há pouco mais de vinte anos, com a anistia política e a redemocratização (Fernandes, 1994), é ainda mais recente a entrada de pessoas advindas do esporte na formulação de soluções para problemas sociais.

O discurso apresentado por esses ex-jogadores de futebol e pelas suas fundações tem como ponto comum a certeza de que a ociosidade leva as futuras gerações à marginalidade. Em nosso entendimento, o que as fundações almejam é oferecer as mesmas oportunidades disponíveis para crianças cujos pais têm poder econômico mais elevado, e que podem ter todo o seu dia preenchido por atividades extracurriculares. Leonardo refere-se a isto quando fala da necessidade de complementação do currículo escolar para as crianças que freqüentam a sua Fundação:

“Você vê que todas as crianças de classe média fazem essas atividades. A criança de classe média vai à escola, de tarde ela faz natação, ela faz o inglês, ela faz a natação, ela faz o judô, faz sei lá o quê, ela tem essa complementação. Então, essas crianças têm uma instrução pública muito deficitária e não têm oportunidade nenhuma de conviver com essas linguagens...” (Leonardo)

Ocupar o tempo livre e fazer o que a classe média faz são obrigações legais que deveriam ser estimuladas pelos pais dessas crianças. Mas como lhes faltam recursos, empurram para outras esferas, como a escola pública e mais recentemente para os projetos sociais, a atribuição de educar.

Sobre essa perspectiva, o Dr. Siro Darlan (Juiz Titular da 1ª Vara de Infância e Juventude do Estado do Rio de Janeiro), ao ser por nós entrevistado na palestra que realizou no Instituto Bola Pra Frente no dia 1 de outubro de 2003 afirmou que

“Cada vez mais os pais estão se demitindo mais de suas responsabilidades e terceirizando isso, seja pra escola... aqueles que têm recursos já passaram isso há muito tempo pra babá, pro motorista... aqueles que não têm recursos passam isso pra escola, passam pro Conselho Tutelar, passam pro Jorginho agora, e pra mim também muitas vezes...”

A fala deste juiz considera que existe uma “terceirização” do ato de educar por parte dos pais. Se na classe mais abastadas a criança está sendo educada por profissionais contratados com recursos próprios, em famílias de baixa renda isso se dá a partir da inserção do menor em escolas de tempo integral (CIEPs da rede estadual de ensino e creches comunitárias da rede municipal de educação) ou, como no caso aqui abordado, em projetos sociais de ex-jogadores de futebol.

Percebendo que pode-se fazer mais com os recursos obtidos tenta-se, a partir desses projetos, oferecer atividades que enriqueçam a vida daquelas crianças e adolescentes. Um dos exemplos do reconhecimento deste trabalho social foi o fato de Leonardo e Raí terem sido agraciados com o Prêmio Educadores do Ano pela Academia Brasileira de Educação, no ano de 2000. Interpretamos que o prêmio recebido demonstra que não é preciso necessariamente ser um educador para atuar em movimentos que lidem com as questões que envolvem a criança e sua formação, dentro ou fora do ambiente escolar, e que também já existem pessoas da área educacional que consideram atitudes como essas dignas de serem premiadas no âmbito da educação de nosso país.

Sobre esta premiação, os ex-jogadores declararam:

“Foi uma surpresa, porque não somos educadores, não tivemos formação de educadores. Mas ao mesmo tempo foi agradável, não só pra gente, claro, por

ter recebido, mas para os educadores que estavam na festa de premiação. A gente viu que foi um meio de mostrar que está sendo uma tendência da educação de se tornar menos formal, quer dizer, a educação não é só a escola, mas tem todo tipo de atividade educacional, de formação, de complementação. E acho que foi um pouco premiando esse tipo de trabalho e mostrando para os próprios educadores mais formais, que são responsáveis aí pelo ensino, que alguns educadores estão querendo uma educação mais informal, mais aberta, mais criativa...” (Raí)

“Isso foi até uma grande surpresa. Porque a gente (a coisa legal é isso), porque quando a gente recebeu o prêmio, o Professor Serpa até falou que pra ser educador é claro que você precisa de uma formação, mas todos nós somos um pouco educadores, desde quem é pai, quem é mãe, quem é irmão mais velho, quem tem um amigo, um exemplo no dia-a-dia, tudo isso é educação, é muito abrangente esse termo. Então, essa coisa de ser educador pra mim foi forte, me colocar na situação de educador, que eu assim não me considero, mas me vejo no mundo da educação como incentivador, com uma organização educacional, e foi um prêmio que foi um marco pra gente, foi uma grande surpresa e, pô, Educadores do Ano, sabe aquela coisa, foi muito forte. Muito forte, muito gratificante, apesar de saber que o prêmio é algo não pra mim, mas pra um trabalho todo, que as pessoas criaram e estão sendo reconhecidas através da gente...” (Leonardo)

Mais do que a gratificação com o prêmio recebido, é importante a visibilidade e o reconhecimento por parte da sociedade do trabalho social que esses ex-jogadores vêm realizando. Tendo chegado ao fim de uma carreira de sucesso dentro dos gramados, estenderam fora delas a sua trajetória, fazendo girar capital, dando empregos, conseguindo parcerias e voluntários. Estas são formas de mantê-los em atividade, mesmo que para isso tenham que ir para a área que não é mais a esportiva, mas a do espaço social e educacional.

Projetos como estes despertam a solidariedade e o interesse de diversas empresas, com a possibilidade de investimento dentro do *marketing* social, e também é possível verificar contribuições em dinheiro de pessoas físicas, interessadas em dispor

uma pequena parte de seus rendimentos em causas que venham a contribuir com uma sociedade mais justa e igualitária

Segundo Norma Reis (Coordenadora Técnica do Viva Rio e do Espaço Criança Esperança) o *marketing* social está sendo descoberto pelas grandes empresas, pois elas começam a perceber que, em um mundo globalizado e competitivo, o que irá fazer a diferença para o mercado consumidor é a responsabilidade social que determinada indústria quer agregar ao produto que está vendendo nas gôndolas dos supermercados. Segundo ela:

“as empresas nos procuram porque querem associar suas marcas às de um projeto social que dá certo como o Viva Rio, querem que seus consumidores saibam que seu produto é socialmente responsável no meio de tantos outros produtos, isso faz diferença na hora de escolher, de comprar...” (Norma Reis)

A fala de Norma estende para o mundo esportivo a capacidade de agregação de imagem que ex-jogadores como os informantes de nossa pesquisa têm para o desenvolvimento de projetos sociais no Brasil. Aliar a imagem de Raí, Leonardo, Jorginho, Bebeto e Dunga às suas ações sociais pode ser lucrativo para diversas companhias. Empresas de material esportivo como a Nike, por exemplo, investem financeiramente mais com agências de propaganda e com salários de estrelas do mundo esportivo tais como Ronaldo, André Agassi e Tiger Woods, do que propriamente com milhares de empregados de suas indústrias de manufaturamento espalhadas principalmente pelo continente asiático (Goldman & Papson, 1998).

Em um mundo em que as grandes empresas criam departamentos de controle ético, problemas envolvendo a idoneidade de pessoas e empresas podem levar marcas famosas à falência em um curto período de tempo. Durante a estadia do pesquisador nos Estados Unidos da América, em 2001, a marca GAP foi acusada de explorar mão-de-

obra infantil em países do terceiro mundo. Observamos naquele período que na cidade de São Francisco, Estado da Califórnia, as lojas desta grife estavam constantemente vazias, e nos foi informado por moradores da cidade que tal fato estava ligado aos protestos contra esta companhia e sua falta de responsabilidade para com seus empregados. Problemas parecidos envolvendo a empresa Nike aconteceram nos anos de 1996 e 1997; desde então, a companhia tem procurado fazer auditorias internas, visando diminuir a exploração de trabalho infantil em países como o Paquistão (Goldman & Papson, 1998); além disso, houve doações em dinheiro para fundações americanas e forma lançados comerciais de televisão que procurassem mostrar que esta empresa do ramo de material esportivo é socialmente responsável.

Para Goldman e Papson (1998):

“When Nike engages issues of personal transcendence, race, gender and class in the public arena, it positions itself as a corporation with a sense of what is ethical, and not just is expedient. But in a cynical commodity world, this kind of communication is automatically suspect” (p. 184). (Quando a Nike se engaja em questões sobre transcendência pessoal, raça, gênero, e classe na esfera pública, ela mesmo se coloca na posição de ser uma corporação com senso para demonstrar o que é ético, e não apenas uma questão menor. Mas em um cínico mundo de mercadorias, este tipo de comunicação é automaticamente suspeito).

Diversos motivos fazem com que empresas entrem no espaço da responsabilidade social. Entre eles, está o desejo de manterem uma imagem positiva frente aos seus consumidores e aos órgãos de defesa, tais como o Procon. Certificados de produtividade como o ISO9000 e ISO9001 estão sendo substituídos por certificados sociais, tais como o S1000 e os selos da fundação Abrinq (www.abrinq.org.br), que procuram garantir aos clientes, parceiros e fornecedores a garantia de respeito às normas trabalhistas, ambientais e sociais.

Como exemplo de empresas que estão se preocupando em oferecer aos seus clientes um diferencial nas relações entre seus consumidores, assinalamos que Kibon, Omo, Sadia, Brastemp e Hering estão entre as marcas mais confiáveis dos consumidores brasileiros, segundo pesquisa realizada pela Reader's Digest em 2003. Por ocuparem o *Top 5*, suas companhias têm o direito de receber o certificado *Trusted Brands*, o que, em termos de mercado, representa a garantia de aumento nas vendas de tais produtos em toda a cadeia de produção⁵¹.

A visibilidade que as ações sociais geram permitem inúmeros desdobramentos, principalmente para os meios de comunicação. Segundo Norma Reis,

“A maioria dos artistas que têm contrato com emissoras de televisão mantém uma cláusula contratual que os obriga a comparecer em eventos de cunho social promovidos pela própria emissora. (...) É uma forma que se encontrou para fazer circular as imagens desses artistas em outros campos, promovendo também seus programas de televisão, trazendo audiência”.

Gera-se desta forma a circulação da imagem pública tão necessária para que uma pessoa transforme-se em celebridade, mas que, no caso dos ex-jogadores aqui enfocados não se faz apenas como algo fugaz, como interpretado por Campbell e Moyers (1988). De currículo sólido na carreira esportiva, a diferença entre celebridades e heróis se manifesta claramente em algo que esses tetracampeões incorporam no cotidiano das ações do terceiro setor. Não podem aqui viver da fama do passado, mas podem aproveitar esta fama para serem geradores de riquezas no espaço das OSCIPs.

Em relação aos voluntários, é comum encontrá-los nessas fundações atuando em dias específicos da semana, doando horas de trabalhos para esses projetos sociais. Em

⁵¹ Fonte: www.ig.com.br Acesso em: 29 set. 2003.

nossas visitas às fundações, soubemos, por intermédio dos funcionários, que muitas pessoas que se tornam voluntárias acabam se frustrando quando percebem que não irão encontrar os ex-craques diariamente, pois acreditavam inclusive que iriam vê-los ali encarregado-se das aulas. Acreditamos que um pouco do que é ação voluntária se transforma, algumas vezes, em forma de estar próximo de seu ídolo. Ou seja, o voluntário muitas vezes é também um fã, um admirador do ex-jogador, e atuar como voluntário na Gol de Letra (São Paulo ou Niterói), no Bola Pra frente (Rio de Janeiro) ou no Esporte Clube Cidadão (Porto Alegre), é também uma forma de estar próximo de Raí, Leonardo, Jorginho, Bebeto e Dunga.

Como posteriormente descobrimos, é possível encontrar estes ex-jogadores algumas horas da semana, em suas fundações. Eles cumprem uma carga horária semanal como voluntários, não sendo os responsáveis diretos pela manutenção e funcionamento das instituições. De agenda lotada, os ex-jogadores têm ainda diversos compromissos empresariais a cumprir, e conseguir uma entrevista com eles não é nada fácil. Para dar um exemplo, nosso contato com a assessoria do ex-jogador Raí iniciou-se em meados de janeiro de 2002, porém somente com sua demissão do cargo de coordenador de futebol das categorias de base do São Paulo Futebol Clube, na primeira quinzena do mês de agosto, foi que conseguimos agendar a entrevista, finalmente realizada no dia 18 de setembro.

Eles acabam, portanto, delegando poderes a pessoas que exercem o cargo de coordenadores. Estes sim estão todos os dias nas fundações e intermediam a viabilidade dos projetos, matriculam as crianças e administram os recursos disponíveis necessários para o seu funcionamento.

4.4 - A Privatização das Ações Públicas

As fundações visitadas - Gol de Letra de São Paulo e de Niterói, Instituto Bola Pra Frente e Esporte Clube Cidadão - têm, como demonstramos, missões a serem cumpridas dentro de seus projetos sociais. Quando as visitamos, percebemos o bom atendimento dado ao público e o cuidado com a limpeza das instalações.

Psicólogos, professores de educação física, médicos, administradores, cozinheiras, professores de informática, faxineiros, entre outros, passam horas de seu dia trabalhando, seja com vínculo empregatício, seja atuando como voluntários, mas todos sob a influência e a trajetória de vida de um ex-jogador de futebol.

Apesar de não terem o objetivo de funcionar como escolas, essas fundações oferecem reforço escolar, visando ajudar as crianças com horas extras de estudo nas disciplinas em que elas não apresentam bom rendimento. Elas também não têm o objetivo de funcionar como clube, mas atuam na iniciação esportiva ao futebol, vôlei, capoeira, futsal, jiu-jitsu e karatê. Além disso, são ministradas aulas de desenho, pintura, modelagem e teatro, como visto no Capítulo III desta pesquisa.

Ou seja, essas instituições procuram atender a uma população que hoje está à margem da atuação do poder público e do interesse das camadas mais abastadas da sociedade, reconhecendo inclusive que as esferas governamentais são pouco flexíveis para resolver questões básicas e imediatas das populações com poucos recursos financeiros. Precisam, porém, contar com incentivos privados para desenvolver seus projetos e, é claro, não podem dar as costas para o setor público, apesar de trabalharem à margem dele. Não negar a escola, mas melhorá-la, tornando-a limpa, segura e reflexiva. Não reclamar das políticas de saúde, mas discuti-las com a comunidade,

tornando-as mais abrangentes e satisfatórias, como, por exemplo, o “Médico de família”⁵².

No ano de 2002, nos debates políticos que precederam a eleição para a Presidência da República, foi discutido, entre outros assuntos, o papel do terceiro setor em nossa sociedade. Os dois candidatos que disputaram o segundo turno compartilharam a visão de que o terceiro setor é importante, pois se apresenta mais flexível que o setor público, podendo inclusive realizar com mais rapidez projetos que atendam a um número maior de pessoas⁵³.

O Estado brasileiro percebe que para distribuir renda e oferecer serviços básicos (como saúde e educação), pode vir a investir no terceiro setor, pois este em pouco tempo tem de mostrar resultados, além de não onerar diretamente o serviço público com contratações de novos servidores, que devem ser realizadas prioritariamente por concurso público. Uma pesquisa realizada pelo Ministério da Fazenda analisou os gastos sociais dos anos fiscais de 2001 e 2002 e descobriu que grande parte do dinheiro retorna na forma de pagamentos de benefícios previdenciários ao topo da pirâmide econômica brasileira. Ou seja, em nosso país, os 20% mais ricos ganham dezessete vezes mais que os 20% mais pobres⁵⁴.

Não sendo escolas nem tampouco clubes, consideramos que o que traz a comunidade para as fundações como as aqui analisadas é a falta de perspectiva de ações governamentais e a carência de recursos financeiros da população em se deslocar e freqüentar outros espaços, tais como cinemas, teatros, clubes ou praias, garantindo aos

⁵² Programa de saúde que visa uma aproximação maior do médico com as comunidades de uma determinada região de uma cidade, este projeto tem sido implementado em diversas cidades brasileiras, como São Paulo e Niterói, com aparente sucesso.

⁵³ Cf. Debate realizado pela Rede Globo de Televisão no dia 25 de outubro de 2002.

⁵⁴ Cf. Revista *Veja*, 24 set. 2003.

seus filhos uma qualidade de vida melhor. Ou seja, para uma população de baixa renda, um projeto social que ofereça gratuitamente atividades esportivas, culturais, educacionais e de geração de renda, além da alimentação, tem grande possibilidade de se tornar um espaço de sucesso e respeito para as comunidades em que estão inseridos.

O vínculo com os moradores dos bairros onde estão situadas, bem como com os moradores de bairros próximos, oferece crédito às ações desenvolvidas pelas fundações:

“... essas crianças são completamente desamparadas, as próprias famílias completamente desamparadas, o Estado muito distante, muito distante. Não sentem apoio de ninguém nem de nada, uma saúde super precária... Então, tudo que é atribuído ao Estado eles não têm, que é basicamente saúde, educação. Não têm, não têm mesmo, e então, com a gente aqui, as comunidades que a gente atende aqui, essas crianças especificamente têm um amparo, uma estrutura, a esperança de ver os filhos aqui dentro podendo conhecer coisas novas e ter uma outra realidade. Nossa grande missão é essa [mostra o quadro na parede atrás de sua cadeira], nossa missão é essa aqui, a gente fala muito em transformar realidades, então é isso que a gente prega, que é transformar mesmo a realidade dessas crianças. E o que a gente mais criou aqui, acho, foi o vínculo com as comunidades, com as pessoas. Hoje nós fizemos a festa de um ano (uma instituição como a nossa é muito pouco tempo, nós temos 4 anos em São Paulo e um ano aqui), fizemos uma festa com 1.500 pessoas da comunidade, ninguém ia embora, todo mundo junto querendo participar, os pais fazendo apresentação, os filhos apresentando, os pais presentes, com vizinho, com fulano, ciclano, todo mundo que trabalha em torno dessas crianças. Então, isso pra gente é uma vitória, você conseguir esse elo. Essa cumplicidade é super forte. Agora, o trabalho em si, ele só dá resultado daqui a algum tempo. O que essas crianças vão aprender aqui, como elas vão utilizar na vida delas, isso aí acho que só o tempo vai dizer. Um ano é muito pouco pra gente ter esse tipo de resultado. Agora, de vínculo, o resultado é ótimo...” (Leonardo)

O informante acima demonstra qual é, em sua interpretação, o verdadeiro vínculo que este mantém com a comunidade, o que nas próximas falas veremos que se repete com os demais ex-jogadores.

“Ao redor da Vila Albertina (...) ali pra cima (você não deve ter tido oportunidade de conhecer), ali para cima tem um lugar pior, que é de onde vem a maior parte das crianças. Inclusive, tem 400 (acho que já mudaram algumas), tem 300 famílias com risco de deslizamento, as casas estão caindo, aquelas que estão no morro. Então, são carentes, bem carentes de recursos, educação. E a gente vê como dá resultado isso. Os jovens que estão lá, dois já estão quase como que educadores da própria Fundação, dois deles abriram o grêmio, criaram o grêmio na escola, um outro grupo achou um monte de livros no lixão, eles fizeram uma biblioteca do lixão, uma menina entrou para o teatro, montou um grupo de teatro na igreja dela. Então, isso vai multiplicando e meio que vai revolucionando a comunidade, as mães, vai contagiando as mães, 30% das mães ou voltaram a trabalhar ou voltaram a estudar, e todas trabalham na parte de médico de família, o projeto médico de família, uma faz parte aqui em São Paulo do orçamento participativo, da discussão do orçamento da cidade. Então, começa a despertar a convivência cidadã mesmo, que é utilizar os meios legais para estar transformando aquilo ali.” (Raí)

Discutir os problemas locais da comunidade, entendendo suas necessidades e oferecendo algo de positivo é o que Raí entende que pode e deve fazer como cidadão que transita nas diferentes realidades de sua vida.

*“Então é isso, usar o esporte como isca, como meta, como orientação para as pessoas, porque muitos acham que tudo fica em função do Governo, mas o povo também tem que mudar, não adianta votar só num cara pensando em uma vantagem só para ti, tem que pensar o que o Governo pode contribuir com esses projetos da sociedade. Por exemplo, no nosso projeto; nós temos o Governo Municipal, nós não tínhamos o apoio do Governo Estadual, do outro Governo passado, agora eles vieram ajudar nosso projeto; nós temos as empresas, duas, três empresas gaúchas que participam, o Ministério do Esporte, que tinha uma verba e agora cortou 50%, mas continua dentro, e as pessoas da sociedade. Então, cada um tem que juntar, cada um tem que dar uma contribuição, porque isso é obrigação do Governo! Não, não é! É que até hoje, e continua sendo assim, o Governo quer ser captador de tudo que é iniciativa, quer tudo na mão. Ele não pode controlar tudo... Aqui no meu projeto, eu prefiro que as pessoas não me dêem dinheiro, não dêem dinheiro para o projeto, para que elas vão lá e já dêem direto, porque assim tu não se envolve e dá uma transparência, uma credibilidade para tu fazer uma prestação de contas direto para mim? Ela vai lá e dá direto... **O que eu preciso? Eu preciso de dez cadeiras, eu não quero dinheiro, tu vai lá e me dá dez cadeiras, compra dez cadeiras e entrega lá ... O que eu preciso? Eu preciso de trinta quilos de feijão, cara, eu não quero dinheiro, compra lá o feijão e entrega lá...**” (Dunga)*

Modificar a realidade pobre, marginal, sem perspectiva, de algumas centenas de famílias; agir de forma democrática, entendendo as estruturas de poder que cercam as cidades e as comunidades de baixa renda; compreender os marcos legais e sociais que separam as diferentes realidades econômicas de nossa população, são atitudes tomadas por essas organizações que contam primeiramente com o poder agregador desses ex-craques. Transfere-se assim o que é do espaço esportivo, e aqui particularmente do futebol - atributos como dedicação, altruísmo e liderança - para o espaço da educação, do voluntariado e das preocupações coletivas com o bem-estar da maioria da população que cerca essas fundações. Por exemplo, no período de transição política do Governo Fernando Henrique para o Governo Lula, o ex-jogador Raí participou de dois encontros com o então presidente eleito. O objetivo da reunião era traçar planos para o gerenciamento de recursos esportivos e a ampliação do esporte praticado na escola⁵⁵.

Quer seja na Restinga (em Porto Alegre), Guadalupe (no Rio de Janeiro), Itaipu (em Niterói) ou na Vila Albertina (São Paulo), as fundações pesquisadas têm compromissos específicos a serem realizados que ultrapassam os limites da aprendizagem esportiva. Ao oferecerem outras modalidades de conhecimento, tais como reforço escolar, cursos de aprendizagem em educação tecnológica e atividades de geração de renda, elas capacitam jovens para um mercado de trabalho imediato. Na realidade brasileira, iniciativas como essas ajudam a diminuir as distorções de nosso ensino básico. Em uma lista de 41 países avaliados pela UNESCO, estamos em 37º lugar como uma das piores nações em índices de alfabetização e 56% dos nossos jovens

⁵⁵ Cf. “Falta transparência”, *O Globo*, Rio de Janeiro, 6 dez. 2002.

com até 15 anos de idade têm pouca capacidade de compreensão da leitura⁵⁶. Para que os resultados sejam concretos e futuramente sejam avaliados, é preciso fazer desses alunos cidadãos independentes, autônomos, capazes de autogerenciamento.

Esta pesquisa se concentrou primeiramente em analisar os discursos produzidos pelos ex-jogadores que mantêm projetos sociais e que também foram campeões da Copa do Mundo de Futebol da geração de 1994. Portanto, o ex-jogador Gérson terá o papel de colaborador, em que ajuda a complementar nossa análise.

O ex-jogador de futebol Gérson, apelidado de Canhotinha de Ouro na década de 1970, também mantém um projeto social na cidade de Niterói, e, segundo suas palavras, o atendimento que ele presta às comunidades é muito superior ao que o Governo oferece:

*“O trabalho foi crescendo de tal maneira que a gente hoje em dia, sem falsa modéstia ou modéstia à parte, **nós fazemos um trabalho melhor do que o Governo oferece a essa população**, pelo menos destas 1.200 crianças. E agora nós estamos com um convênio também para cuidarmos das mães, com uns exames preventivos para câncer de mama, e a mãe que tiver, tomara que não tenha, mas a mãe que tiver câncer vai ser operada sem problema algum. Então, nós estamos estendendo nosso projeto à família, então é social mesmo, não é social só para as crianças, é social para a família toda, porque, além de tudo, as crianças que ainda não estão, o projeto é de crianças quatro, cinco anos a doze e treze anos as crianças que ainda não estão, os irmãos, porque de uma maneira ou de outra ele participa do projeto, ele vai, mas não tendo em casa a comida ele leva do projeto. Então o projeto tomou um rumo tal que, sabe, foge ... Então a gente toma cuidado para atender bem...”* (Gérson)

Aqui, o cuidado no atendimento transforma-se em benefício para todos os que freqüentam as aulas naquele espaço social. Assim como os ex-jogadores Raí, Leonardo, Jorginho, Bebeto e Dunga, Gérson entende que deve partir dele, e não apenas do

⁵⁶ Cf. *Correio Braziliense*, Brasília, 25 jun. 2003.

Governo, as tomadas de decisão que contribuam para a melhoria de vida de um grupo de crianças e adolescentes que se encontra sob sua responsabilidade.

A carreira esportiva pode ser considerada um funil, pois nem todos terão as mesmas oportunidades de se tornar craques, de alcançar o sucesso pela via do futebol. Então, o propósito de ser, aos olhos dos patrocinadores, colaboradores e voluntários “apenas” uma escolinha de futebol não é suficiente, é preciso oferecer mais, atender a outras necessidades da população assistida para que o projeto social seja considerado válido por seus colaboradores ou sócios. É preciso, portanto, preparar para um futuro melhor, que não envolva apenas a carreira de futebol. A implantação de programas de ensino de profissões que preparem os jovens para atuar no mercado de trabalho desperta muito interesse tanto das fundações como da comunidade.

Em nossas visitas, percebemos a preocupação com o levantamento do número de pessoas que circulam por essas fundações: número de funcionários, de doadores, de colaboradores e do pessoal atendido. Tudo passa pelo discurso do quantitativo, para que seja possível demonstrar a grandiosidade do empreendimento e, desta forma, provar a seriedade e qualidade dos projetos ali desenvolvidos nas futuras prestações de contas aos seus parceiros e colaboradores.

Como descrito no Capítulo III, as fundações investigadas mantêm bibliotecas que não apenas servem para as aulas de reforço escolar como também prestam o serviço de bibliotecas públicas da região onde estão inseridas. Tais iniciativas representam um ganho considerável na qualidade dos serviços prestados à população de baixo poder aquisitivo. Um estudo do Ministério da Educação revela que no Brasil apenas 26% das escolas de ensino fundamental têm biblioteca. 134 mil não dispõem de espaço físico

adequado para a distribuição dos livros, e em cerca de 46,9 mil o espaço da biblioteca é subaproveitado⁵⁷.

Existe a necessidade de mostrar que nesses espaços algo de real e verdadeiro está acontecendo. Diferente do primeiro setor (governamental), essas fundações devem estar preparadas para apresentarem não apenas seus balanços econômicos anuais para o público em geral (esta é uma das novas obrigаторiedades impostas pela legislação que atua sobre as OSCIPs), mas demonstrarem a seus patrocinadores, colaboradores, parceiros e voluntários que o trabalho desenvolvido apresenta resultados concretos. Soma-se aqui a experiência do segundo setor (empresarial) ao terceiro setor. Como o dinheiro é normalmente de uma ou mais empresas, espera-se que em determinado período de tempo o capital humano e financeiro investido retorne em forma de resultados palpáveis, concretos e mensuráveis, que são avaliados por instituições como a Fundação Cesgranrio. Desperdício, ineficiência e incompetência são características que essas fundações tentam evitar, pois, apesar da causa ser coletiva nas ações sociais, erros na gestão e administração podem fazer com que futuros recursos se tornem escassos ou que o baixo nível de credibilidade e confiabilidade abale alguma dessas fundações.

O nome do livro de Fernandes - *Privado porém público* - (1994) ilustra o que estamos dizendo: lida-se no terceiro setor com problemas que ao longo dos anos foram deixados de lado pelo setor governamental. Iniciativas privadas, ao se engajarem em questões como educação e saúde, por exemplo, não podem incorrer nos mesmos erros, tais como mau uso dos recursos, falta de transparência no gerenciamento dos mesmos, ou ainda metas que não sejam alcançadas.

⁵⁷ Cf. Jornal *Correio Braziliense*, Brasília, 23 abr. 2003.

A ação social desenvolvida por Raí, Leonardo, Jorginho, Bebeto e Dunga permite inferir que aposentar-se – ou, como significa a palavra, ir para os aposentos e recolher-se à vida estritamente privada – não serve mais para esse tipo de ex-jogador, especialmente para aquele que construiu uma boa imagem, que foi da Seleção Brasileira de Futebol (sobretudo campeão do mundo) e conseguiu ganhar dinheiro com o esporte.

Ele não desperdiça esses atributos construídos ao longo de mais ou menos vinte anos de uma profissão que ganhou uma trajetória internacional e que recria outras possibilidades para sua vida pública.

O tempo livre que esses ex-jogadores ganham quando param de jogar bola transforma-se em criatividade, fazendo do voluntariado mais uma forma de gerar riquezas, que agora poderão ser distribuídas para um número maior de pessoas, alargando o sentido coletivo do “nós”: o “nós” vitorioso se transforma no “nós” que pode, faz e busca uma sociedade mais justa.

Castells (1999b), ao considerar os governos e sua atuação sobre a sociedade em rede, percebe a perda de poder sobre o cotidiano do cidadão e a ineficiência para tratar de questões imediatas. O terceiro setor, ao ficar no meio do caminho entre as ações governamentais e a agilidade do segundo setor, pode, em muitos momentos, oferecer resultados mais satisfatórios, ou ainda engajar os cidadãos em novas formas de se pensar a coletividade. Se não se pode tomar para si a responsabilidade de resolver os problemas sociais de muitos, pode-se, para uma pequena parcela da população, resolver as questões que envolvem uma comunidade e seu entorno.

Souto (2000), ao investigar jogadores que se aposentaram, conclui que é grande a dificuldade da maioria em se adaptar fora do mundo do futebol. Cremos que este não é o caso dos cinco ex-jogadores escolhidos como informantes desta pesquisa.

Acreditamos que, ao gerenciarem seus próprios negócios e suas próprias marcas, eles devem se distanciar ainda mais das figuras dos dirigentes esportivos, figuras que costumam ter pouca credibilidade frente ao público em geral.

Ao buscarmos esses ex-jogadores como exemplos, procuramos mostrar que conceitos tais como força de vontade, talento, sucesso e conquista podem estar sendo inseridos junto aos projetos sociais, pois são frutos da criação de pessoas advindas do cenário esportivo, espaço que normalmente reforça as qualidades individuais de talento e mérito para reforçar o discurso do herói. Um herói esportivo que agora não mais se recolhe, envelhece e desaparece, mas que cria, recria e divide com pessoas próximas iniciativas de cunho assistencial. Sabemos que a classe política também não desperta muita credibilidade entre os cidadãos brasileiros. Ao se oferecerem como capazes de ajudar uma parcela pobre da população desses grandes centros urbanos, é possível que essas iniciativas despertem de imediato o interesse de empresários, e pessoas que gostariam de estar participando como voluntários mas não sabem como agir. Segundo dados do terceiro setor, 54% dos jovens gostariam de participar como voluntários em projetos sociais, mas não sabem como se engajar⁵⁸.

Diferente do que acontecia em um passado não muito distante, temos hoje um novo poder que surge. Continuamos entendendo que aqueles que cuidam da produção de bens materiais da vida são importantes no mundo atual, tais como os empresários da produção industrial, mas há ainda aqueles que se relacionam com bens imateriais, tais como os jogadores de futebol e os artistas, que desde sempre deixaram marcas de sua criatividade. Particularmente nas últimas décadas, os profissionais que trabalham com a cultura, com o lazer, enfim, com tudo aquilo que não está necessariamente ligado aos

bens de produção material têm proporcionado novos rearranjos para a vida social moderna (De Masi, 2000). Carreiras como as de jogadores de futebol, em que a meritocracia é fundamental, reforçam a idéia de competência e sucesso perante os demais membros de nossa sociedade, fazendo com que exista uma espécie de subcultura do futebol.

O “produto” simbólico realizado por esses profissionais do esporte (em nosso caso específico, o futebol) oferece um estilo de vida diferenciado, influenciando gerações de crianças e adolescentes de forma prática. Não uma fundação qualquer, mas a fundação de alguém que, para nossa sociedade, entende de um esporte que por vezes mistura sentimentos de nossa identidade nacional com lazer, solidariedade e mérito. Nas entrevistas durante a Copa do Mundo de 2002 realizadas com Raí, Leonardo, Jorginho, Bebeto e Dunga, os repórteres iniciavam as perguntas sobre suas fundações com frases do tipo: *“Você já foi um craque vitorioso dentro dos gramados, agora bate um bolão na ajuda de crianças pobres...”*⁵⁹.

Durante o ano de 2002 verificamos o elevado número de entrevistas que foram dadas por esses jogadores. Consideramos que tal fato deve ser repetir a cada quatro anos, quando a Seleção Brasileira de Futebol estiver atuando em Copas do Mundo ou disputando partidas para os torneios classificatórios, pois esses ex-jogadores falam do lugar de “reservas morais”, de detentores do caminho certo para nos reconduzir ao primeiro lugar do pódio em nossa cultura do futebol. Sabem do lugar social de onde falam, emitindo comentários e opiniões. Ou seja, campeões, vitoriosos, craques, eles

⁵⁸ Fonte: www.voluntarios.com.br. Acesso em: 15 jan. 2003.

⁵⁹ Cf. Programas de televisão veiculados em maio e junho de 2002, entre eles: Armando Nogueira da Globo News, Programa Marília Gabriela Entrevista da RedeTV!, Camisa Nove da Rede Record e Programa Esporte da Globo News.

todos são; basta agora, como aposentados, mostrarem que são habilidosos e inteligentes em atividades encaradas como inadiáveis diante de nossos problemas sociais.

4.5 - O Futuro das Instituições dos Ex-Jogadores

Em nossa investigação, procuramos saber o que Raí, Leonardo, Jorginho, Bebeto e Dunga pensavam do futuro de suas fundações. O que construir ou ampliar, o que modificar ou eliminar para continuarem obtendo sucesso e visibilidade em seus projetos sociais.

O que verificamos foi que, agora que os projetos sociais estão estabelecidos, o discurso volta-se para a necessidade de estender os benefícios às famílias das crianças e adolescentes. Criar, patrocinar e incentivar redes de cooperativas de pais e mães para gerar renda seja viável economicamente e retire o caráter puramente assistencialista dessas iniciativas. Caráter este que em alguns momentos pode se tornar pernicioso, na medida que as pessoas atendidas não se tornam autônomas o suficiente para terem seus projetos de vida alargados, para sonharem e realizar com uma vida mais digna, com segurança, emprego e educação.

Em relação a esta questão, o ex-jogador Dunga afirma:

“A gente conseguiu, no Natal do ano passado, fui fazer um evento, os caras nos deram 360 cestas básicas. Nós marcamos para as crianças a festa das 9 às 11; às 11 as famílias iam buscar os filhos, iam ganhar um presente e uma cesta básica. 40 famílias não vieram às 11 horas, vieram à uma da tarde, duas da tarde. Nós falamos que elas não iam levar, porque nosso trabalho é educacional, não seria justo com as outras pessoas que esperaram das 9 às 11 para receber. Isso não é assistencialismo, que eles vêm a hora que querem. Já falei para eles que eu não tenho salário, eu sou ali voluntário, assim como todos os meus amigos são voluntários. Deixei de ficar com a minha família para fazer esse evento, para trazer a cesta básica, e não seria justo que, a hora que eles quisessem e viessem, todo mundo estar à disposição. Aí nós fizemos um outro evento, com meus amigos também, o pessoal de uma fábrica do interior aqui,

cedeu horas-extra, a fábrica cedeu o material, a gente fez 360 pares de tênis. Aí com outros meus amigos aqui do Condomínio e com outros lá de Santa Catarina, eu arrumei 360 abrigos. As 360 famílias estavam no horário. Se nós tivéssemos deixado na primeira vez, na segunda ia ter 200...” (Dunga)

Se a palavra assistencialismo, ao ser pronunciada por Dunga, remete a uma questão negativa em relação aos projetos sociais, é porque durante muito tempo no Brasil as políticas públicas se mostraram ineficientes e onerosas. Novas palavras devem substituir as velhas e, desta forma, voluntário soa melhor que assistencial, no âmbito do terceiro setor. No Estado do Rio de Janeiro, por exemplo, são vários os programas sociais implementados pelo governo estadual para famílias de baixa renda: tais como o Cheque-Cidadão, o Restaurante Popular, o Hotel Popular, a Farmácia Popular, o Vale-Gás, entre outros. Apesar disto, grande parte da opinião pública desconfia dos resultados reais de tais programas, pois, como é sabido, grande parte da verba para mantê-los funcionando advém das verbas retiradas de outras Secretarias de Estado, entre elas a de Saúde e a de Educação⁶⁰.

Em relação às atividades a serem desenvolvidas nos próximos anos, os ex-jogadores se pronunciaram sobre o que consideram importante:

“... o que nós almejamos para o futuro é aumentar a rede de distribuição de ajuda que hoje está concentrada nos nossos alunos. Mas nós sabemos que isso é pouco, a gente tem que fazer mais, tem que investir na família desses alunos. E temos que construir o nosso prédio para o curso profissionalizante, que vai abrigar os cursos profissionalizantes. Por isso é que a gente abriu a fundação na Alemanha para que a gente possa captar recursos para os nossos futuros projetos.” (Jorginho)

⁶⁰ Cf. “Assistencialismo sacramentado”, *O Globo*, Rio de Janeiro, 26 set. 2003.

“Eu acho que nosso objetivo é transformar o projeto em um projeto modelo, com resultados comprovados, que isso aqui funcione como um laboratório que você possa dizer: olha, se fizer assim, dá isso. Então, acho que isso é uma grande ambição do Programa: se ele virar um modelo e poder vir a ser replicado por outras pessoas, ou replicado até pela política pública. Acho que seria o grande sonho. Claro que antes de sonhar com isso a gente tem que fundamentar o trabalho e ter os resultados comprovados, isso é o que a gente deseja, é onde a gente quer chegar, mas tem um caminho longo, porque só manter isso já é uma luta...” (Leonardo)

Expandir o acesso, aumentar os serviços oferecidos e reproduzir esse modelo de trabalho social é um dos muitos aspectos que precisamos ressaltar da iniciativa desses ex-jogadores. Com o discurso de que pelo menos eles estão fazendo algo para um mundo melhor e convocando outros setores da sociedade brasileira a colaborar, participar e patrocinar iniciativas advindas do terceiro setor.

“O que eu idealizo (e é assim uma coisa ainda a médio prazo) é, daqui a uns dois, três anos, quatro, tirar uma experiência bem fundamentada mesmo, com grandes resultados que já estão acontecendo, de montar uma estrutura na fundação que possa estar levando essa experiência para outros lugares. Não que a gente vá manter, não é isso. Por exemplo, já teve prefeitos de cidadezinhas que estiveram interessados e falaram que queriam nosso projeto nessas cidades, e a gente falou não, porque a gente ainda estava muito jovem, muito cedo, a gente ainda não tinha muita... Mas a vontade é de montar uma estrutura de pessoas que possa estar indo aos lugares, ajudando a implantar o projeto, deixar que ele continue daqui pra frente, que esse projeto se torne realmente um modelo, uma referência, para que seja multiplicado...” (Raí)

“O que nós queremos é um futuro melhor para essas crianças, que elas tenham outras oportunidades, adquiram outras linguagens. Pra quem só queria ser jogador de futebol, você perguntar pro garoto o que ele quer ser e ele te responder que quer ser diretor da Claro [operadora de celulares da banda B do estado do Rio de Janeiro, denominada anteriormente de ATL] ... Porque a ferramenta que a gente tem é o esporte, porque o futebol é a paixão do brasileiro; hoje em dia não, hoje em dia você pergunta e já ouve outras respostas....” (Bebeto)

“O que mais nós queremos é que no futuro a gente possa encontrar essas crianças com famílias, sendo professores de educação física, doutores, psicólogos, sociólogos, pedreiros, uma profissão, e eles sendo cidadãos, eles de alguma forma retribuir, colaborar, para que eles possam dar um retorno sem obrigação, porque a gente não cobra de maneira nenhuma, porque ele possa abrir as portas para outras pessoas, que eles tenham orgulho, que eles possam dizer, eu participei desse projeto e hoje eu sou um cidadão, tenho uma família, tenho uma profissão, sou uma pessoa digna, sou alguém...” (Dunga)

Portanto, a projeção de futuro realizada por esses ex-jogadores em relação às suas instituições é continuar atuando no terceiro setor; tentar captar mais recursos, mostrar às demais parcelas da população que é preciso fazer algo pelo bem da coletividade das regiões menos abastadas, demonstrando que é possível, necessário e oportuno ajudar a todos que se encontram em níveis de vida abaixo da dignidade humana.

Repetir a experiência em outros locais, aumentar o número de pessoas atendidas, fazer circular a idéia de que pode-se dar educação às crianças e adolescentes nestes espaços e conduzi-las para um futuro melhor, com uma profissão, são discursos que esses ex-jogadores estão imprimindo em direção ao futuro. Eles se oferecem como exemplos e reforçam a idéia de que todos devem contribuir, fazendo cada qual a sua parte, doando dinheiro ou passando horas da semana como voluntários. Acolhem, ensinam, alimentam. Se o esporte não é uma profissão que servirá para todos os seus alunos, ensinam outras profissões; se essas crianças têm tempo livre, retiram-nas das ruas; se a família passa por dificuldades, recebe doações. Monta-se uma estrutura para apoio, ajuda e solidariedade que na verdade deveria ser realizada pela estrutura organizacional de nossas instituições públicas. Mas é a partir da liderança desses

jogadores que aprenderam a dialogar com as comunidades onde mantêm seus projetos sociais que a ajuda material e social de fato acontece.

Seria uma espécie de *franchising* social que esses ex-jogadores colocam como viável de ser adotado: repete-se a fórmula que está dando certo (em time que está ganhando a gente não mexe), para que os próximos passos sejam dados por outras comunidades. Eles estão projetando para si mesmos um futuro diferente do vivido por outros ex-jogadores famosos. Afastam-se, por exemplo, do alcoolismo e da tristeza de Garrincha, das drogas experimentadas por Reinaldo, e de tantos outros atletas que não conseguiram lidar com o fato de que estariam apenas ao redor das quatro linhas do futebol, não mais dentro delas. Ao se ocuparem desses trabalhos sociais, Raí, Leonardo, Jorginho, Bebeto e Dunga, marcaram uma nova fase de vida para si mesmos e oferecem exemplos que podem ser seguidos por outros ex-craques do futebol famosos.

Giulianotti (1999), ao considerar a cultura que remete ao passado idealizado que envolve os ex-jogadores de futebol e seus fãs, destaca a situação de heróis em plena decadência em que se transformam essas personalidades. Mas o ex-jogador que desenvolve algum projeto social no Brasil se afasta do lugar comum que lhe é reservado como ex-jogador, rescrevendo sua história pessoal, acrescentando um gesto de profunda empatia com seus fãs e admiradores. Prolongam por mais tempo seu espaço na esfera pública, continuando a ser reconhecidos como os tetracampeões “Raí”, “Leonardo”, “Jorginho”, “Bebeto” e “Dunga”, perpetuando-se como figuras públicas, como aqueles que detêm uma habilidade que admiramos, adiando o seu retorno à vida privada como homens comuns e fazendo algo pelo bem-estar coletivo da população de seu país.

When you look at world
what is it that you see?
People find all kinds of things
That bring them to their knees
I see an expression
So clear and so true
That it changes the atmosphere
When you walk into the room

So I try to be like you
Try to feel it like you do
But without you it's no use
I can't see what you see
When I look at world

(U2, When I look at world)

Quando você olha para o mundo
O que você vê?
As pessoas encontram todo o tipo de coisas
Que as fazem ficar submissas
Eu vejo uma expressão
Tão clara e tão verdadeira
Que muda a atmosfera
Quando você entra na sala

Então eu tento ser como você
Tento sentir como você sente
Mas sem você isso não tem valor
Eu não consigo ver o que você vê
Quando eu olho para o mundo

(U2, Quando eu olho para o mundo)

V - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nosso jogo terminou, e agora nos preocupamos com as próximas partidas. Após o tempo de convivência com os informantes desta pesquisa e a visita às suas instituições, é hora de refletirmos sobre desdobramentos que investigações acerca de ex-atletas e do terceiro setor podem ser capazes de suscitar no âmbito dos estudos sobre os esportes.

Os profissionais do esporte devem lidar com particularidades que não são encontradas em outras atividades humanas, como afirmamos no Capítulo I desta pesquisa. Limitações físicas, contusões, más atuações e falta de resultados retiram os atletas das carreiras às quais se dedicam durante grande parte de suas vidas. O que fazer depois dessa fase, foi o que nos preocupamos em investigar.

Não procuramos aqui esgotar os temas abordados, pois sabemos que as leituras e análises contidas nesta tese são contingentes, realizadas dentro das limitações do pesquisador que escreve, recorta e interpreta uma parte da realidade. Nosso vocabulário, nossas metáforas e nossa perspectiva de mundo são cercadas de experiências coletivas, que sempre trazem a aquisição de novos vocabulários e metáforas (Rorty, 1989). Queremos afirmar, portanto, que o que foi visto, observado e analisado é apenas um recorte da realidade que se apresenta hoje na relação entre esporte e comunidades de baixa renda das grandes cidades brasileiras.

Cidadãos do mundo, os ex-jogadores viajaram e conheceram diversos países e culturas através do futebol, vivenciando o que de melhor este esporte poderia lhes oferecer. Claro que tiveram que esforçar-se muito para conseguir o que projetaram em

suas carreiras, mas ao alcançarem o topo defrontam-se com o momento de oferecer algo mais que suas conquistas. É preciso, agora, repartir o “bolo”, abrir o “cofre”, enfim, dividir com as crianças e adolescentes que encontram-se em risco social oportunidades que foram conquistadas no período de sucesso de suas carreiras.

Ao entrevistarmos Raí, Leonardo, Jorginho, Bebeto e Dunga, todos eles da geração de futebol campeã pela Seleção Brasileira de Futebol em 1994, estamos mostrando quais os caminhos que outras gerações que também se apresentam com títulos internacionais podem percorrer. Acreditamos que os sentidos de aposentadoria e trabalho social deverão ser ainda mais aprofundados para esses novos grupos. Imaginamos, por exemplo, quantas vezes iremos nos deparar na mídia com as imagens do jogador Cafu levantando a taça da FIFA pela conquista, em 2002, do campeonato mundial. A representação desta personalidade pode, ao longo dos anos, lhe permitir investir de forma sólida em uma carreira fora dos gramados. Aliás, já temos conhecimento de que Cafu está construindo uma fundação, no bairro Irene, na periferia da capital paulistana, onde esse jogador passou grande parte de sua infância e adolescência. Parece, assim, que a história tende a se repetir, reforçando a idéia de que um novo ciclo deve começar.

O referido ex-jogador surge aqui em nossas considerações por acreditarmos ser importante relevarmos o fato de que novos projetos sociais serão implementados a partir dos resultados positivos que estão sendo realizados pelos cinco informantes dessa pesquisa.

Sobre este ponto, ou seja, a imagem do ex-jogador “eternizada”, e o desenvolvimento de projetos sociais, o ex-jogador Jorginho referiu-se à comemoração de Bebeto após o gol que marcou durante a Copa do Mundo de 1994, em partida

realizada contra a Seleção da Holanda no dia 9 de julho daquele ano, oferecendo-o ao filho recém-nascido, e a adesão do jogador ao Instituto Bola Pra Frente:

“O meu nome, naturalmente, ele vai ser um pouco esquecido, não fui um jogador de frente, um jogador que fez gol... Agora, o Bebeto é alguém, ele é alguém que ficou marcado principalmente pelo gesto que fez ... Então, todo mundo conhece o Bebeto, e a gente pode levar isso mundo afora, realmente um trabalho social completo...” (Jorginho)

O simples gesto de ninar uma criança após a realização de um gol pode eternizar a carreira de um jogador. Não todos os seus gols, mas aquele gol. Pelo menos a cada Copa do Mundo de Futebol iremos nos deparar com essa imagem do ex-jogador, e essa imagem pode ajudá-lo decisivamente a conseguir recursos para a implementação e manutenção de um projeto social.

Parece ter ficado claro nesta pesquisa que os sentidos de recolhimento, trabalho social e auto-imagem na mídia estão ainda longe de nossa compreensão quando o tema abordado é o espaço esportivo, e principalmente quando este esporte é o futebol. Os ex-jogadores de futebol famosos não são, portanto, coitados, vítimas ou velhos que nos acostumamos a ver na televisão, quando a pauta é sobre a vida de ex-jogadores no período em que estão com as “chuteiras penduradas”. Ao abrirem suas OSCIPs, fogem da decadência, ostracismo e esquecimento.

Para além do saudosismo, da falta de recursos financeiros, do esquecimento coletivo, esses ex-jogadores procuram em certa medida manter espaços em que seja possível o culto a suas imagens. Suas conquistas, seus títulos, alguma injustiça vivida na

trajetória em busca do sucesso no futebol, enfim, tudo se soma para que exista uma aproximação entre o ex-jogador, a mídia e as comunidades atendidas.

Frutos de uma fase em que o discurso a ser imprimido é o do politicamente correto, esses ex-jogadores conseguem associar sua imagem pública, pessoal e vitoriosa, a uma necessidade cada vez maior de empresas ao redor do mundo de se tornarem socialmente responsáveis. Não basta mais, para as grandes marcas, fazerem negócios ou simplesmente lucrarem com seus produtos; é preciso, no âmbito do *marketing* social, que elas saibam como atrair clientes demonstrando preocupação com questões sobre meio ambiente, desenvolvimento sustentável e responsabilidade social. Se essas empresas continuarem a agregar a imagem de suas marcas com a de ex-jogadores famosos, vislumbramos que novos projetos sociais, como os que foram aqui descritos, serão abertos, implementados e melhorados em um futuro não muito distante.

Ao concluirmos esta pesquisa, observamos que alguns temas carecem de maior aprofundamento, visto que, diante dos objetivos traçados para esta investigação, não foi possível desenvolvê-los. Esperamos abordá-los em outro momento, ou gostaríamos que outros pesquisadores o fizessem. Eis aqui nossas sugestões:

- a) Como os sujeitos desta pesquisa foram ex-jogadores de futebol, seria interessante fazer análises de outros projetos sociais que não os advindos exclusivamente dessa modalidade esportiva. Exemplos de outras iniciativas desenvolvidas por ex-atletas de voleibol, basquetebol, tênis, iatismo, boxe, entre outros, poderiam revelar quais as representações sociais que surgem para esses ex-craques. Sabemos que ex-jogadoras como Ana Moser, no voleibol, e Paula,

no basquetebol, estão mantendo iniciativas individuais em moldes parecidos aos das fundações aqui abordadas.

b) Como esta investigação concentrou seu olhar sobre os ex-jogadores, privilegiando seus discursos, seria interessante analisar o discurso e a representação social das crianças, dos adolescentes e dos familiares beneficiados pela iniciativa desses ex-jogadores.

c) Ao nos concentrarmos em ex-jogadores de notoriedade nacional, deixamos de investigar outros projetos sociais de ex-jogadores que, por um motivo ou outro, não alcançaram igual fama. Acreditamos que seria interessante analisar os projetos sociais desse grupo, para que sejam possíveis futuras comparações.

d) Uma análise mais atenta dos funcionários, coordenadores e pessoal de apoio poderia nos revelar a representação social desse grupo específico sobre o funcionamento das fundações, suas necessidades, expectativas, alegrias e frustrações no trabalho social que desenvolvem com as crianças e adolescentes.

e) Pesquisas que procurem se concentrar no discurso de voluntários dessas fundações, bem como de admiradores dos ex-jogadores, poderiam revelar o fascínio que a imagem desses ex-atletas exerce no trabalho social nelas realizado, seu poder de agregação e os resultados concretos para o desenvolvimento do terceiro setor no Brasil.

f) Investigações sobre as empresas privadas e públicas que atuam como patrocinadoras, parceiras e colaboradoras dessas fundações, bem como seus representantes, poderiam suscitar questões acerca dos investimentos privados e públicos e possíveis desdobramentos para a solução de problemas sociais críticos de nossa realidade, no começo deste novo milênio.

O futebol é apenas um esporte, mas na sociedade brasileira ele pode significar algo mais. Acreditamos que aqui o futebol tem a capacidade de misturar ação política, social, mídia e entretenimento, oferecendo também uma forma de estilo de vida.

Como os demais esportes, o futebol tem sua própria cultura, suas tradições e sua história. Novos vocabulários estão sendo incorporados, novas metáforas estão sendo utilizadas e partilhadas pelos jogadores, possibilitando seu engajamento em ações sociais não somente no Brasil, mas também em outros países.

Acreditamos que a motivação experimentada pelos ex-jogadores para implantar projetos sociais pode ser compreendida como múltipla: não há uma única razão a ser apontada. Na análise das entrevistas, procuramos evidenciar que esses ex-atletas vislumbraram já há algum tempo que existe vida útil fora dos gramados, e que é possível fazer algo pelas questões sociais de nossa população. Chegar onde a escola já não chega, atender a necessidades básicas que o Estado não oferece e conseguir parcerias com a iniciativa privada e pública fazem das fundações criadas locais em que é possível pensar no exercício da cidadania.

Nossa experiência como professor de Educação Física atuante há mais de 9 anos em escolas públicas do Estado do Rio de Janeiro foi sempre marcada por dificuldades de relacionamento com as comunidades atendidas, indisciplina do corpo discente,

instalações inadequadas e mal conservadas, falta de material para iniciação esportiva. Ao nos depararmos com essas fundações, fomos surpreendidos com a limpeza, a conservação e a magnitude dessas iniciativas voltadas para o mesmo perfil da clientela com quem nos acostumamos a trabalhar. As diferenças, que agora se traduzem como muitas, nos fazem refletir que é preciso, mais do que nunca, modificar o ambiente da escola pública, fazendo-a um lugar seguro, limpo e organizado.

Personalidades conhecidas dentro e fora do espaço esportivo, Raí, Leonardo, Jorginho, Bebeto e Dunga, adentraram um setor que ainda dá os primeiros passos em termos de credibilidade e confiança, tanto por parte da sociedade como das empresas investidoras. Estarão, neste sentido, sujeitos a críticas, desconfianças e questionamentos sobre a “verdadeira” intenção das ações que praticam no âmbito do voluntariado, como se sempre existisse “algo” por trás do que tem sido feito. A “pilantropia” é um fantasma a ser mantido permanentemente afastado pelas pessoas envolvidas neste setor.

O que nos ocorre é que, no futuro, deverá se verificar o crescimento qualitativo e quantitativo dessas iniciativas, demandando cursos em gerenciamento e liderança que se voltem especificamente para o desenvolvimento do terceiro setor, possibilitando-lhe um papel cada vez mais efetivo em políticas de atendimento a um público que continua à margem dos programas governamentais.

Na área de Educação Física, disciplinas no âmbito da graduação e pós-graduação deverão preocupar-se em preparar os profissionais para atuarem em organizações do terceiro setor que, a exemplo das fundações descritas na presente pesquisa, desenvolvam projetos que incluam atividades esportivas como auxiliares na abertura de caminhos para o pleno exercício da cidadania e para a edificação de um Brasil mais justo, democrático e solidário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALABARCES, P. & RODRÍGUEZ, M. (2000). Football and fatherland: the crisis of national representation in Argentinean soccer. In: FINN, G. P. T. & GIULIANOTTI, R. (orgs.) *Football culture – local contests, global visions*. London: Frank Cass Publishers. p. 118-133.
- BOSI, E. (1994). *Memória e sociedade: lembrança de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras.
- CAILLOIS, R. (1972). *O mito e o homem*. Lisboa: Edições 70.
- _____. (1990). *Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem*. Lisboa: Cotovia.
- CAMPBELL, J. (1973). *The hero with a thousand faces*. Princeton: Princeton University Press.
- CAMPBELL, J. & MOYERS, B. (1988). *The power of myth*. New York: Doubleday.
- CARRANO, P. R. (2000). *Futebol: paixão e política*. Rio de Janeiro: DP& A.
- CASTELLS, M. (1999a). *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra.
- _____. (1999b). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- COELHO, S. (2000). *Terceiro setor: um estudo comparado entre Brasil e Estados Unidos*. São Paulo: Editora SENAC.
- CUSCHNIR, L. & MARDEGAN, E. (2001). *O homem e suas máscaras*. Rio de Janeiro: Campus.
- DaMATTA, R. (1982). *Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakothke.
- DaMATTA, R. (1997). *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Rocco.
- DEBORD, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- DE MASI, D. (2000). *O ócio criativo*. Rio de Janeiro: Sextante.
- DEVIDE, F. P. (1999). *A representação social de nadadores masters campeões sobre a sua prática competitiva da natação* (Dissertação de Mestrado). Rio de Janeiro: UGF.

- EDUCATION. (2001). <http://www.wharol.org>
- ELIADE, M. (1992). *O sagrado e o profano*. São Paulo: Martins Fontes.
- ELIAS, N. (2001). *A solidão dos moribundos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- ELIAS, N. & DUNNING, E. (1992). *A busca da excitação*. Lisboa: Difel.
- FARR, R. M. (1995). Representações sociais: a teoria e sua história. In: GUARESCHI, P. A. & JOVCHELOVITCH, S. (1995). *Textos em representações sociais*. Petrópolis: Vozes. p. 31-59.
- FERNANDES, R. (1994). *Privado porém público: o terceiro setor na América Latina*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará.
- FOUCAULT, M. (1996). *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola.
- _____. (1997). *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- GIULIANOTTI, R. (1999). *Football: a sociology of global game*. Cambridge: Polity Press.
- GIULIANOTTI, R & FINN, G. P. T. (2000). Old visions, old issues – new horizons, new openings? Change, continuity and other contradictions in world football. In: FINN, G. P. T. & GIULIANOTTI, R. (orgs.). *Football culture – local contests, global visions*. London: Frank Cass Publishers. p. 256- 282.
- GOLDMAN, R. & PAPSON, S. (1998). *Nike culture*. London: SAGE Publications.
- HELAL, R. (1990). *O que é sociologia do esporte*. São Paulo: Brasiliense.
- HELAL, R. (1997). *Passes e impasses: futebol e cultura de massa no Brasil*. Petrópolis: Vozes.
- HELAL, R. (1998). Mídia, construção da derrota e o mito do herói. *Motus Corporis*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 141-155.
- HELAL, R. & COELHO, C. M. (1996). Mídia, idolatria e construção da imagem pública: um estudo de caso. *Futebol: síntese da vida brasileira*. Rio de Janeiro, EdUERJ, n. ¾, p. 79- 88.
- HELAL, R., SOARES, A. & LOVISOLO, H. (2001). *A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria*. Rio de Janeiro: Mauad.
- HERITAGE, J. C. (1999). Etnometodologia. In: GIDDENS, A. & TURNER, J. (1999). *Teoria social hoje*. São Paulo. UNESP. p. 321- 392.

- HOGE, D. (2000). The baby boom generation and the formation of selfhood. In: MORTON KAPLAN (org.). *Character & identity*. St. Paul: Frank Cass Publishers. p. 256- 282.
- HOLT, R. & MANGAN, J. (1996). Prologue: heroes of a European past. In: HOLT, R. & MANGAN, J. A. (orgs.) *European heroes*. Myth, identity, sport. London: Frank Cass. p. 1- 13.
- HUIZINGA, J. (1996). *Homo ludens*. São Paulo: Perspectiva.
- HUGSON, J. (2000). A tale of two tribes: expressive fandom in Australian Soccer's A-league. In: FINN, G. P. T. & GIULIANOTTI, R. (orgs.). *Football culture – local contests, global visions*. London: Paragon House Publishers. p. 10- 30.
- JODELET, D. (1995) *Les représentations sociales*. Paris: Presses Universitaires de France.
- LANDIM, L. (2002). Múltiplas identidades das ONGs. In: HADDAD, S. (org.). *ONGs e universidades*. São Paulo. Petrópolis. p. 17-50.
- LOVISOLO, H. (1998). Globalização e conhecimento científico na educação física. *Motus Corporis*, Rio de Janeiro, v.5, n. 1, p. 57-70.
- LÜDKE, L. M. & ANDRÉ, M. E. D. A. (1986). *Pesquisa em educação: abordagem qualitativa*. São Paulo: EPU.
- MAINGUENEAU, D. (1997). *Novas tendências em análise do discurso*. 3. ed. Campinas: Unicamp.
- MAURÍCIO, I. (2002). *90 minutos de sabedoria*. Rio de Janeiro: Garamond.
- MINAYO, M. C. (1995). O conceito de representações sociais dentro da sociologia clássica. In: GUARESCHI, P. JOVCHELOVITCH, S. (orgs). *Textos em representações sociais*. Petrópolis: Vozes. p. 89- 111.
- MOSCOVICI, S. (1978). *A representação social da psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar.
- NOLASCO, S. (2001). *De Tarzan a Homer Simpson: banalização e violência masculina em sociedades contemporâneas ocidentais*. Rio de Janeiro: Rocco.
- ORLANDI, E. P. (1996). *Discurso e leitura*. Campinas: Cortez.
- _____. (1998). *A leitura e os leitores*. Campinas: Pontes.
- ORLANDI, E. P. (1999). *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes.

- PÊCHEUX, M. (1995). *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. 2. ed. Campinas: Unicamp.
- PEREIRA, L. A. de M. (2000). *Footballmania – uma história social do futebol no Rio de Janeiro – 1902- 1938*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- QUINN, N. (2002). *The autobiography*. London: Headline Book Publishing.
- RIBEIRO, C. H. de V. (2000). Representação social de ex-jogador de futebol: solidariedade, lembranças e conselhos. Anais do IX Congresso de Educação Física de Volta Redonda. p. 113-116.
- RORTY, R. (1989). *Contingency, irony, and solidarity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ROUQUETTE, M. L. (1998). Representações e práticas sociais: alguns elementos teóricos. In: *Estudos interdisciplinares de representações sociais*. Goiânia: Editora AB. p. 39-46.
- RUBIO, K. (2000). O imaginário esportivo ou seriam heróis os atletas modernos. *Motus Corporis*, Rio de Janeiro, v.7, n. 2, p. 56-74.
- RUBIO, K. (2001). *O atleta e o mito do herói*. São Paulo: Casa do Psicólogo.
- SÁ, C. P. de. (1996). *Núcleo central das representações sociais*. Petrópolis: Vozes.
- _____. (1998). *A construção do objeto de pesquisa em representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- SOUTO, S. M. (2000). *Os três tempos do jogo: anonimato, fama e ostracismo no futebol brasileiro*. Rio de Janeiro: Graphia.
- SPINK, M. J. (1995). Desvendando as teorias implícitas: uma metodologia de análise das representações sociais. In: GUARESCHI, P. & JOVCHELOVITCH, S. (orgs). *Textos em representações sociais*. Petrópolis: Vozes. p. 117- 145.
- SZAZI, E. (1998). Notas sobre o marco legal do terceiro setor. In: MEREGE, L. C.; (coord.). *Terceiro setor: reflexão sobre o marco legal*. Rio de Janeiro: Editora FGV. p. 87- 108.
- TANNEN. D. (1998). *The argument culture*. New York: Random House.
- TUBINO, M. G. (1992). *As dimensões sociais do esporte*. São Paulo: Cortez.

WHANNEL, G. (2002). *Media sports stars, masculinities and moralities*. New York: Routledge.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- ANDREWS, D. & JACKSON, S. (2001). *Sports stars: the cultural politics of sporting celebrity*. London: Routledge.
- BAKHTIN, M. (1995). *Marxismo e filosofia da linguagem*. 7. ed. São Paulo: Hucitec.
- BARDIN, L. (1977). *Análise do conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- BOUDON, R. (1990). *O lugar da desordem*. Lisboa: Gradiva.
- BOYLE, R. & HAYNES, R. (2000). *Power play*. Sport, the media & popular culture. Edinburgh: Pearson Education.
- COACKLEY, J. (1998). *Sport in society, issues and controversies*. Boston: MacGrawhill.
- COULON, A. (1995a). *Etnometodologia*. Petrópolis: Vozes.
- _____. A. (1995b). *Etnometodologia e educação*. Petrópolis: Vozes.
- FOUCAULT, M. (1979). *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal.
- GOUGH, I. (1979). *The political economy of the welfare state*. London: MacMillan Education.
- McKAY, J., MESSENER, M. & SABOO, D. (2000). *Masculinities, gender relations and sport*. London: Sage Publications.
- SUDDEN, J. & TOMLINSON, A. (2002). *Power games, a critical sociology of sport*. London: Routledge.

ANEXOS

ANEXO 1

NOTAS BIOGRÁFICAS DOS EX-JOGADORES ENTREVISTADOS

Durante a realização de nossa pesquisa, percebemos que era necessário situar os leitores com algumas notas sobre as biografias dos ex-jogadores participantes desta investigação. Longe de se constituir como suas biografias, selecionamos abaixo algumas passagens relevantes das vidas desses ex-atletas que servem como ponto de referência para uma melhor compreensão das análises realizadas no Capítulo IV desta pesquisa. Onde nasceram, clubes nacionais e internacionais que fizeram a carreira profissional, passagens pela Seleção Brasileira de Futebol e período da aposentadoria são descritos para uma maior aproximação do grupo que nos serviu como informantes.

Um fato comum aos cinco ex-jogadores é que nenhum deles realizou um jogo de despedida de forma festiva ou grandiosa. Fizeram somente um comunicado, através da imprensa, de suas aposentadorias do futebol. No caso específico dos ex-jogadores Bebeto e Leonardo, voltaram a jogar por clubes estrangeiros depois de terem anunciado que “penduraram as chuteiras”, aproveitando a oportunidade de terem sido convidados a demonstrar suas habilidades e técnicas.

Carlos Caetano Bledorn Verri (Dunga) – Nascido na cidade de Ijuí no Rio Grande do Sul, em 31 de outubro de 1963, iniciou sua carreira profissional no Internacional (RS), em 1978. Foi campeão gaúcho em 1982, 1983 e 1984. Outros clubes brasileiros por onde jogou incluem o Corinthians, o Santos e o Vasco da Gama. Na Itália jogou pelos clubes Pisa, Fiorentina e Pescara. Em 1993 transferiu-se para a

Alemanha, ali jogando uma temporada. No Japão jogou pelo Júbilo Iwata entre as temporadas de 1994 a 1998. Disputou três Copas do Mundo de Futebol - 1990, 1994 e 1998 - e mantém o recorde de 18 partidas disputadas nesse torneio da FIFA. Após a derrota do Brasil contra a Argentina, em 1990, foi estigmatizado como jogador de pouca habilidade, embora de grande força física, e por isso muitos comentaristas esportivos chegaram a apelidar de “Era Dunga” a fase do futebol brasileiro que privilegiava a força física em detrimento da técnica pessoal. Encerrou sua carreira aos 37 anos, no Internacional de Porto Alegre. Atualmente trabalha como consultor técnico do Júbilo Iawata e recentemente foi nomeado como membro do Conselho Nacional do Esporte no Governo Luís Inácio Lula da Silva. Tem sido convidado como palestrante para falar de suas experiências no terceiro setor em universidades brasileiras e em Fóruns Internacionais de Esporte, como o realizado na França em agosto de 2003.

Jorge de Amorim Campos (Jorginho) – Nascido na cidade do Rio de Janeiro em 17 de agosto de 1964, iniciou sua carreira esportiva nas divisões de base do América Futebol Clube. Pela Seleção Brasileira, sagrou-se campeão sul-americano e mundial na categoria juniores, em 1983. No ano de 1984 transferiu-se para o Flamengo, e em 1989 foi contratado para atuar no futebol alemão pelos clubes Bayer Leverkusen e Bayer de Munique. Em 1994 foi contratado pelo clube Kashima Antlers (Japão), onde conquistou o campeonato japonês. Em 1991 ganhou o prêmio Fairplay da FIFA, sendo considerado o jogador mais leal do mundo. Participou das Copas do Mundo de 1990 e 1994. No ano de 1999, saiu do futebol japonês após cinco temporadas, e retornou ao Brasil jogando pelo São Paulo, Vasco da Gama e, finalmente, Fluminense. Durante quatro anos de sua carreira esportiva foi patrocinado exclusivamente pela empresa de material esportivo

Nike. Faz parte da congregação “Atleta de Cristo”, na qual atua ativamente com palestras e seminários, disseminando a religião Evangélica entre diversos esportistas.

José Roberto Gama de Oliveira (Bebeto) – Nascido em 16 de fevereiro de 1964 em Salvador, Bahia. Iniciou sua carreira profissional pelo Vitória da Bahia e em 1983 foi transferido para o Clube de Regatas Flamengo. Seu passe, na época, foi avaliado em US\$ 60.000, um dos mais altos do futebol brasileiro daquele período. Passagens por outros clubes brasileiros incluem o Vasco da Gama e Botafogo. Foi campeão carioca de juniores em 1983 e campeão brasileiro em 1987. Na Europa jogou pelos clubes La Corunã e Sevilha (Espanha) e no Japão pelo Kashima Antlers. Disputou três Copas do Mundo de Futebol: 1990, 1994 e 1998. Jogador de características físicas consideradas franzinas, porém veloz dentro da grande área, chegou a receber o apelido de “bebê chorão” por críticos de seu futebol. Ficou marcado pelo gesto de ninar um bebê, que simbolizava o nascimento de seu terceiro filho, depois do gol que marcou durante a Copa do Mundo de 1994, contra a Seleção da Holanda, nas quartas-de-final desta competição. Essa imagem é sempre vista na televisão, quando é mostrada uma retrospectiva de sua trajetória esportiva. Atualmente trabalha como vice-presidente do Instituto Bola pra Frente.

Leonardo Nascimento do Araújo (Leonardo) – Nascido em 5 de setembro de 1969 em Niterói, Rio de Janeiro. Sua trajetória dentro do futebol se iniciou aos 14 anos, nas categorias de base do Flamengo, clube que o lançou também como profissional. Posteriormente atuou em clubes como o São Paulo Futebol Clube, Valência (Espanha), Kashima Antlers (Japão), Paris Saint-Germain (França), Milan (Itália). Em 2001

retornou ao Brasil para jogar pelo São Paulo, e em 2002 pelo Flamengo, clube no qual anunciou sua aposentadoria provisória em 17 de março de 2002. Atendendo a um pedido do presidente do clube italiano Milan, retornou aos gramados europeus e em fevereiro de 2003 ajudou a inaugurar a Fundação Milan, que tem como objetivo ajudar, através do futebol, às crianças e famílias de baixa renda da cidade de Nápoles. Anunciou novamente sua aposentadoria em março de 2003. Foi campeão mundial pela Seleção Brasileira de Futebol em 1994, na Copa do Mundo realizada nos Estados Unidos, onde foi expulso ao dar uma cotovelada em um jogador que atuava pela equipe norte-americana. Participou também da Copa do Mundo de 1998, realizada na França, onde o Brasil conquistou o vice-campeonato. Em dezembro de 2001 recebeu o prêmio “Educador do Ano” da Academia Brasileira de Educação, por seu trabalho frente à Fundação Gol de Letra. Trabalha atualmente como coordenador de esportes do clube de futebol italiano Milan.

Raí Souza Vieira de Oliveira (Raí) – Nascido na cidade de Ribeirão Preto em 15 de maio de 1965, Raí é irmão de um dos maiores capitães da Seleção Brasileira de Futebol, o também ex-jogador Sócrates. Começou sua trajetória esportiva no Botafogo de Ribeirão Preto, atuando como meio-campista. Ganhou destaque no São Paulo Futebol Clube conquistando cinco títulos paulistas (1989, 1991, 1992 e 2000), um Campeonato Brasileiro (1991), um Mundial Interclubes (1992) e duas Copas Libertadores da América (1992 e 1993). Transferiu-se posteriormente para o Paris Saint-Germain, clube em que jogou por cinco anos. Retornou ao Brasil em 2000 e encerrou a carreira no São Paulo. Foi campeão pela Seleção Brasileira de Futebol no ano de 1994. Considerado modelo de beleza masculina, participa de campanhas

publicitárias de produtos de estética. Atuou como apresentador de programas de televisão educativos no Canal Futura de TV de a cabo. Desde sua despedida dos gramados recebeu os seguintes prêmios: 1) novembro de 2000 – “Voluntário do Ano” na categoria esportista, concedido pelo Instituto Kanitz; 2) maio de 2001 - Prêmio Carlito Maia, da Revista Imprensa, em reconhecimento pelo seu trabalho social; 3) agosto de 2001 – a unidade paulistana da Fundação Gol de Letra é reconhecida pelo UNICEF como modelo mundial no apoio a crianças menos assistidas; 4) dezembro de 2001 – recebe da Academia Brasileira de Educação o Prêmio “Educador do Ano” pelo trabalho desenvolvido na Fundação Gol de Letra; 5) agosto de 2002 – é eleito um dos “20 Líderes Sociais do Brasil” no fórum que reuniu diversos líderes de comunidades brasileiras (iniciativa realizada em parceria pela Ashoka Empreendedores, o Instituto Ethos de Responsabilidade Social e a Gazeta Mercantil).

ANEXO 2

REDES DE COMUNICAÇÃO DO TERCEIRO SETOR NA INTERNET

Relacionamos abaixo os endereços de algumas instituições que trabalham no terceiro setor oferecendo apoio na implementação e realização de projetos sociais, e que serviram como fonte de estudos para esta pesquisa. Procuramos, aqui, auxiliar os demais pesquisadores interessados no acesso de dados confiáveis sobre o terceiro setor, bem como novos endereços a serem encontrados.

Dispostas em forma de rede, é possível navegar na Internet de uma para outra (pelos *links* que são abertos), descobrindo leis, artigos e críticas atualizadas sobre o setor. Encontramos também comentários e sugestões sobre a atuação dessas organizações, procurando a otimização dos serviços prestados.

Voluntariado, solidariedade e transparência são palavras-chave dentro desses *sites* e é possível visualizar os principais prêmios constituídos para agraciar os destaques de cada ano no setor. A participação de pessoas interessadas vai desde a simples doação em dinheiro, via Internet, como pessoa física ou jurídica, até a participação direta como voluntário em uma fundação escolhida pelo internauta. Recentemente verificamos que essas organizações têm oferecido uma espécie de “adoção”, em que o internauta pode ajudar mensalmente uma família ou uma criança, sem necessariamente precisar se engajar de forma direta nas atividades da campanha, ou mesmo conhecer seu “afilhado”. Relacionamos a seguir os *sites* que foram consultados em nossa investigação e que podem auxiliar próximas pesquisas nesta área.

FUNDAÇÃO GOL DE LETRA (*site* oficial da Fundação dos ex-jogadores Leonardo e Raí) <www.goldeletra.org.br> ou, em língua italiana, <www.goldeletra.it>

INSTITUTO BOLA PRA FRENTE (*sites* oficiais da Fundação dos ex-jogadores Jorginho e Bebeto) <www.fazendoadifenca.org.br> ou <ceej.com.br>

INSTITUTO DUNGA (*site* oficial da Fundação do ex-jogador Dunga) <www.capitaodunga.com.br>

ABONG (Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais) <www.abong.com.br>

ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância) <www.andi.org.br>

COMPADRES (Conselho Mundial de Pais e Amigos do Deficiente Visual) <www.compadres.org.br>

FIFA (Federação Internacional de Futebol Amador) <www.fifa.com>

FGV (Fundação Getúlio Vargas) <www.fgvsp.br> -

FUNDAÇÃO CAFU (*site* oficial da fundação do jogador Cafu) <www.fundacaocafu.org.br>

FUNDAÇÃO ABRINQ (Fundação que cuida dos direitos da criança) <www.abrinq.org.br>

FILANTROPIA (Rede de informações sobre doações) <www.filantropia.org>

GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas) <www.gife.org.br>

INSTITUTO AYRTON SENNA (Fundação do ex-piloto de Fórmula 1, defende os direitos de crianças e adolescentes) <www.senna.globo.com/institutoayrtonsenna>

INSTITUTO ETHOS (Mantém um quadro de empresas socialmente responsáveis) <www.ethos.org.br>

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA <www.mj.gov.br>

REDE ESPECIAL (ONG a serviço de pessoas com necessidades educacionais especiais) <www.redespecial.org.br>

RITS (Rede de Informações para o Terceiro Setor) <www.rits.org.br>

SAUDE CRIANÇA (ONG que trabalha com crianças doentes do Hospital da Lagoa - RJ) <www.saude-crianca.org.br>

VIVA RIO (ONG carioca que atua em diversos projetos sociais)
<vivario.org.br>

VOLUNTARIOS (rede de informações para o voluntariado)
<www.voluntarios.org.br>

UNICEF (entidade da ONU voltada à proteção de crianças e adolescentes ao redor do mundo) <www.unicef.org>

ANEXO 3

ROTEIRO DA ENTREVISTA

1- Infância/Adolescência

Onde você nasceu?

Como foi sua infância?

E o desejo de entrar para o futebol aconteceu quando?

2- Trajetória de vida

Quem o lançou no futebol?

Quais foram as pessoas que acreditaram em você?

Ser jogador de futebol é...

Se você não fosse jogador de futebol, você seria...

Quem foi seu ídolo?

Como sua família encara sua profissão?

3- Projeto Social

O que o levou a elaborar esse projeto social? Alguém o inspirou nessa realização?

Como funciona seu projeto?

Você recebe apoio de alguma empresa?

O que lhe dá mais satisfação nesse projeto?

O que você gostaria de fazer nesse projeto e ainda não teve oportunidade de fazer?

Com que instituição você compara seu projeto?

Quais são seus planos para o futuro nessa instituição?

4- Fama

Ser famoso é...

O lado positivo da fama é...

O lado negativo da fama é...

Já teve algum problema com torcedores no Brasil?

Já teve algum problema com torcedores no exterior?

Já teve algum problema no exterior?

E com os dirigentes, como você se relaciona com eles?

Você se acha um privilegiado?

5- Mídia

Como é a sua relação com a imprensa?

Do que você mais gosta nessa relação?

E do que menos gosta nessa relação?

6- Clubes de futebol/Seleção

Quais os times com os quais você tem mais afinidade no Brasil?

E fora do País, quais são os clubes?

O que você aprendeu jogando nesses clubes?

Muita gente pensa que a Seleção é o auge da carreira. Qual a sua opinião?

7- Aposentadoria

O que o fez parar de jogar futebol?

O projeto é parte disso?

Como você gostaria de ser lembrado pela próximas gerações?

8- Geração de Futebol

A sua geração tem mais de uma “camisa” poderíamos dizer assim?

A origem social do jogador vem mudando no futebol? Qual sua opinião?

Quais são as condições para que hoje um garoto se torne jogador de futebol?

ANEXO 4

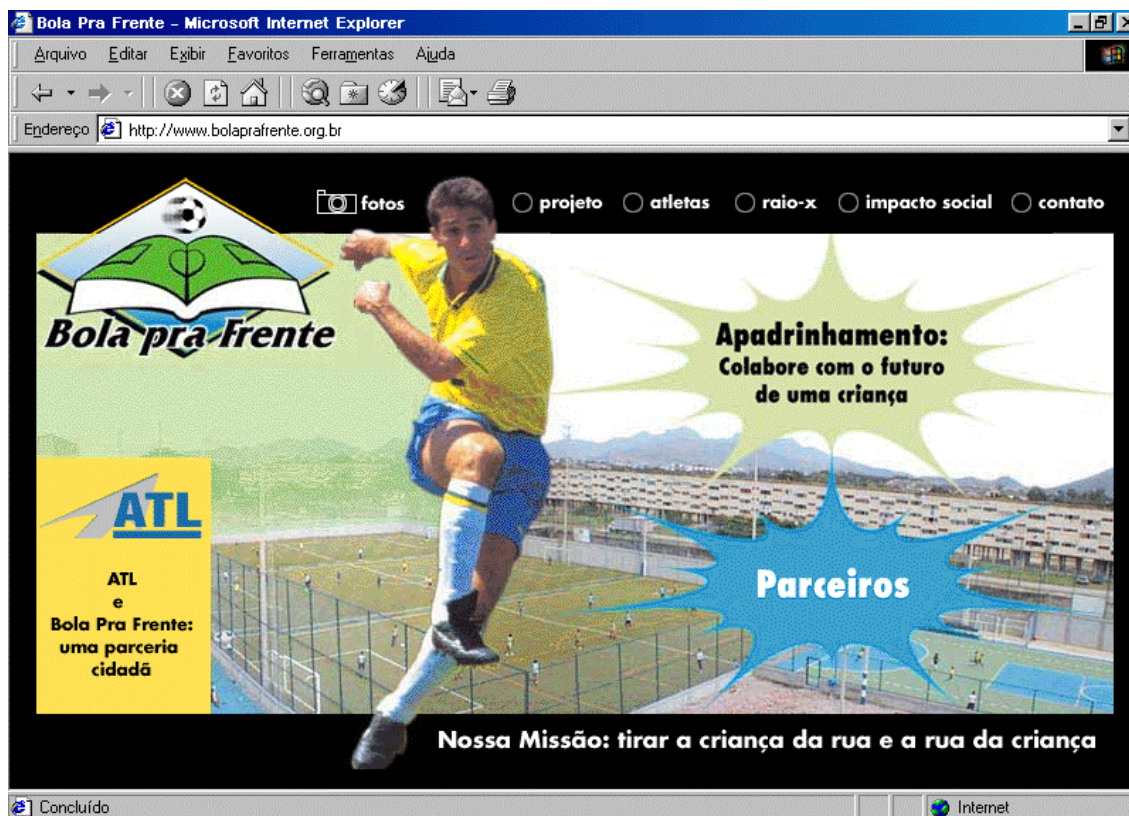
MATERIAL DE DIVULGAÇÃO DAS FUNDAÇÕES INVESTIGADAS

Apresentamos abaixo o material de divulgação utilizado pela Fundação Gol de Letra, Instituto Bola Pra Frente e pelo Esporte Clube Cidadão, com o objetivo de demonstrar como essas instituições divulgam seus serviços aos voluntários, colaboradores e parceiros. O foco da divulgação se concentra no atendimento à criança e adolescentes em risco social, comum às iniciativas do terceiro setor, mas que se somam ao vocabulário e à cultura futebolística para chamar a nossa atenção para seus projetos.

FUNDAÇÃO GOL DE LETRA



INSTITUTO BOLA PRA FRENTE



ESPORTE CLUBE CIDADÃO

