

OBSERVATÓRIO DO TORCEDOR: O ESTATUTO

Ms. MARTIN CURTI

Doutorando em Antropologia, Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGA-UFF)

Dr. EDMUNDO DE DRUMMOND ALVES JUNIOR

Doutor em educação física, Universidade Federal Fluminense (UFF)

IGOR ALVES DE MELO

Licenciado em educação física

LUIZ FERNANDO ROJO

Doutor em ciências sociais

Pesquisador associado da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj),
Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGA-UFF)

MELINA AURORA TERRA FERREIRA

Graduanda em ciências sociais, Universidade Federal Fluminense (UFF)

ROBSON CAMPANERUTI DE SILVA

Graduando em ciências sociais, Universidade Federal Fluminense (UFF)

RESUMO

Em 2003, foi sancionado no Brasil o Estatuto de Defesa do Torcedor, lei que garante aos espectadores de eventos esportivos direitos de consumidores e pretende assegurar a segurança nos estádios. Essa medida é nova e sem referências no Brasil. Por isso o presente artigo faz uma revisão do texto dessa lei, dialoga com uma lei europeia equivalente e aponta encaminhamentos saídos de dados coletados em pesquisa sugerida pelo Ministério do Esporte brasileiro denominada Observatório do Torcedor. Trabalhou-se com uma amostra de jogos realizados no estádio do Maracanã que fizeram parte do Campeonato Brasileiro de Futebol 2007. O principal resultado é que a lei é ainda desconhecida pela maioria dos frequentadores e só se encontra parcialmente em vigor.

PALAVRAS-CHAVE: Torcedores; futebol; legislação esportiva; Estatuto de Defesa do Torcedor; segurança.

INTRODUÇÃO

O futebol, sem dúvida, é palco de verdadeiras festas¹ que ocorrem com certa regularidade em diversas partes do país. É um elemento central da cultura brasileira, com um imenso significado para a identidade nacional. Essa afirmação pode ser confirmada pela quantidade e qualidade das análises produzidas por diversas áreas do conhecimento acadêmico (DAMATTA, 1982; GUEDES, 1998; TOLEDO, 2002).

Nos anos de 1990 foi detectada uma “crise do futebol” no Brasil (HELAL, 1997, p. 57), que não ficou despercebida pela imprensa e pelos cientistas sociais. Helal e Gordon (2001) caracterizaram a crise do futebol brasileiro a partir de problemas múltiplos: financeiros; sociais; político-administrativos; esportivos e oriundos de interesses pessoais. Isso se apresentou pela falência de alguns clubes, pelos campeonatos deficitários acompanhando o empobrecimento da população. Além disso, registrou-se: violência e falta de segurança nos estádios; grande interferência de políticos no futebol, presentes muitas vezes nas federações de futebol, em que, enquanto “cartolas”, defendiam interesses pessoais. Completava o quadro de deficiências a falta de craques, resultado do êxodo dos jogadores para mercados mais atrativos. Esses fatores conjugados contribuíam com a perda do interesse dos torcedores de irem aos estádios, diminuindo a receita os clubes, resultando num círculo vicioso (HELAL; GORDON, 2001, p. 106).

Tinha-se então os argumentos para que outros políticos reagissem. O primeiro passo veio por meio de leis específicas criadas para “moralizar” o futebol: “Lei Zico” (BRASIL, 1993), “Lei Pelé” (BRASIL, 1998) e finalmente o “Estatuto de Defesa do Torcedor” (BRASIL, 2003).

Santos (2000) observou que a tendência cada vez mais crescente de elaboração de leis para o setor esportivo se insere no processo globalizado da mercantilização do futebol. “Há uma forte inclinação a se pensar o futebol como um grande negócio e os torcedores como consumidores” (SANTOS, 2000, p. 66). Nesse cenário o futebol é uma mercadoria, ao gerar lucros, precisa ser protegida por leis. Essa autora não reduz o mercado aos jogadores que deixam o Brasil, aos ingressos, à publicidade e à venda de direitos de transmissão, mas também inclui a cultura como mercadoria. Se por um lado a imagem do futebol brasileiro é vendida ao mundo como representação da cultura nacional, marcada por elementos como festa, alegria, felicidade e criatividade, por outro insegurança, violência e desinteresse, que

¹ São espaços privilegiados para o exercício da sociabilidade que usando a conceituação de Magnani (1998) pode ser considerada um “espaço de mediação cujos símbolos, normas e vivências permitem reconhecer as pessoas diferenciando-as, o que termina por atribuir-lhes uma identidade que pouco tem a ver com a produzida pela interpelação da sociedade mais ampla e suas instituições” (p. 117).

se reflete em estádios vazios, passam a ser considerados manchas para o *marketing* cultural que será necessário para dar crédito ao país em organizar eventos como os que ocorrem em outros países.

Os principais jogadores brasileiros passaram a atuar no futebol europeu, onde é referência sua organização e ausência de determinados problemas que são comuns no Brasil. Ao ganhar o direito de sediar a Copa 2014, é marcante a centralidade que passou a ser dada ao evento, uma boa oportunidade de vender uma marca cultural do país aos turistas/torcedores que vierem assistir aos jogos. Fica nítida a importância do fator econômico, e a ele junta-se como questão a resolver: de que maneira as leis que regulam o futebol brasileiro são capazes de reverter o quadro que afasta o país dessa importante marca cultural? O objetivo central deste estudo é investigar o Estatuto de Defesa do Torcedor (EDT).

Como estamos falando de um fenômeno globalizado, sugerimos neste estudo uma comparação internacional de duas legislações que têm o mesmo foco. No caso brasileiro considerou-se o ineditismo que é tratado pelo EDT, que já mereceu nossas análises na pesquisa sugerida pelo Ministério do Esporte denominada "Observatório do Torcedor"².

Para desenvolvermos nossas discussões sobre o fenômeno social que é o futebol brasileiro e a tentativa de organizá-lo por meio de uma legislação específica, incluímos, de forma comparativa, o texto legal adotado pelos países europeus (UNIÃO EUROPEIA, 1985), que é conhecido como *European Convention on Spectator Violence at Sport Events (ECSV)*³.

LEGISLAÇÃO ESPORTIVA: ESTATUTO DO TORCEDOR E *EUROPEAN CONVENTION ON SPECTATOR VIOLENCE AT SPORTS EVENTS*

A lei brasileira destinada a proteger o torcedor está dividida em 12 capítulos e 45 artigos, e tem como lógica ser uma lei de defesa de consumidores. Portanto, o seu ponto de partida não é o evento esportivo em si nem a diminuição da violência, mas a figura do torcedor, que passa a ser definido no primeiro capítulo como

toda pessoa que aprecie, apóie ou se associe a qualquer entidade de prática desportiva do País e acompanhe a prática de determinada modalidade esportiva (BRASIL, 2003, art. 2).

² Pesquisa nacional que se desenvolveu durante jogos do Campeonato Brasileiro. Os dados coletados pela equipe de pesquisadores da Universidade Federal Fluminense (UFF) serão incluídos para as reflexões que faremos neste artigo.

³ Tanto a lei brasileira como a europeia visam minimizar a violência em eventos esportivos e aumentar a segurança dos espectadores; ambas foram analisadas em detalhes em Reis (2006).

Logo no artigo 3 encontramos como referência a lei n. 8.078/90, que é o Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990). Passam a ser consideradas como “fornecedores” tanto a entidade responsável pela organização da competição, quanto a entidade de prática desportiva detentora do mando de jogo. A redação desse artigo reforça a compreensão de que um dos objetivos do EDT é o estabelecimento, entre essas entidades mencionadas e o torcedor, de uma relação de oferta e consumo de serviços, como observou Duarte (2007). Essa percepção, portanto, reforça nossa hipótese de que o evento esportivo passou a ser tratado, prioritariamente, como mais um produto.

O fato de que um evento esportivo não é um produto físico, por exemplo uma TV, que pode ser devolvida em caso de defeito, implica a necessidade de um regulamento específico, descrito nos capítulos do estatuto, por exemplo: transparência da organização; segurança do torcedor; alimentação e higiene; arbitragem esportiva; e justiça desportiva.

Reforçamos que estamos falando de um produto temporário, que configura uma competição baseada em chances igualitárias para as partes envolvidas, tal como o esporte moderno foi definido por Elias (1992). A proteção desse caráter de competição, justo e igual, pode ser entendida como um dos objetivos secundários a ser alcançado com o EDT.

A idéia do estatuto é de que uma vez garantidas as exigências da lei, serão fornecidos segurança e conforto, enfim, um bom produto ao espectador. Assim se resolveria o problema da violência no futebol, pois os consumidores estariam satisfeitos. No caso de insatisfação dos consumidores, eles teriam a possibilidade de prestar queixa ao Ministério Público e pedir indenização.

O EDT cria também a figura do ouvidor para os casos de reclamações que não precisem do caminho jurídico (cap. II, art. 6). O ouvidor deve repassar essas informações para os organizadores e propor melhorias, além de funcionar como um elo entre o torcedor e o aparato político-administrativo que organiza e gerencia as competições. Desse modo, suas funções aproximam-se daquelas exercidas pelo serviço de atendimento ao consumidor (SAC) oferecido por várias empresas. A transformação do torcedor em uma figura aproximada ao de mais um consumidor de serviços atua no sentido de reforçar a construção do esporte como um produto de consumo. Comprometida a qualidade pode-se sugerir indenizações e penalidades. Desse modo, o EDT não considera que o esporte, e especialmente o futebol, tem uma história social que é vivida com paixão e emoção, diferente de ser algo frio que cabe num processo burocrático.

Outro aspecto que deve ser destacado é que a responsabilidade de acusar alguma falha no fornecimento do que passou a ser entendido como “produto”

(no caso o evento esportivo) – seja falta de segurança, irregularidades na venda do ingresso ou outros – recai sobre os ombros do torcedor. Para isso ele precisa conhecer o estatuto para saber seus direitos e agir adequadamente; entretanto, a lei não prevê como essas informações devem chegar ao torcedor. Assim passa a ser factível a hipótese de que uma grande parte do EDT não está sendo implementada por simples desconhecimento dos “torcedores-consumidores”, o que veio a ser o ponto central da análise que realizamos neste artigo.

Como contraste, vejamos agora a lógica da *ECSV* (UNIÃO EUROPEIA, 1985), que foi oficializada em Estrasburgo como tratado europeu n. 120. Sem ser de caráter obrigatório, possui 17 artigos que definem tanto os objetivos do texto, as responsabilidades, como o desenvolvimento da convenção, suas medidas e os procedimentos necessários tendo em vista as particularidades da União Européia.

O objetivo do *ECSV* é a diminuição da violência no esporte, especialmente no futebol, e em momento nenhum ele se refere ao torcedor como consumidor. Para atingir seus objetivos ele define medidas e responsáveis. As medidas exigidas são bem específicas para o caráter de eventos esportivos, como a existência de agentes de relação com os torcedores, impedimentos para entrar no estádio, separação das torcidas e medidas socioeducacionais. Não se observa na legislação algo como defesa do consumidor. Outra medida adotada pelo tratado foi a criação de uma comissão, que elaborou uma recomendação adicional (RSEM). Nela está descrita a situação especial do esporte, em especial do futebol, pelo seu significado social (UNIÃO EUROPEIA, 2003).

Clubes estão posicionados numa forma única para exercer um papel de liderança na sua vizinhança, sua comunidade e em todo seu meio ambiente local durante toda a semana, por causa do seu alto valor simbólico. O clube pode ter um papel decisivo em apoiar políticas sociais amplas, representar uma força autêntica para a promoção do esporte, encorajar o processo de aprendizagem de pessoas jovens e até incentivar uma boa cidadania. A conexão entre futebol e sociedade não pode se limitar aos dias de jogo ou parar onde a competição esportiva termina (UNIÃO EUROPEIA, 2003, cap. II, B, 1).

Além disso considera-se que

a violência é um fenômeno social comum com ampla repercussão, cujas origens situam-se principalmente fora do esporte e que o esporte é, muitas vezes, o palco para erupções da violência [...] que ambos, autoridades públicas e organizações esportivas independentes, têm responsabilidades separadas, mas complementares, em combater a violência e o comportamento desviante dos espectadores, tendo em mente que as organizações esportivas têm, também, responsabilidades nas questões de segurança e eles devem assegurar de uma forma mais geral a condução ordenada dos eventos que eles organizam (UNIÃO EUROPEIA, 1985).

Com isso a legislação europeia vai além de uma simples relação fornecedor–consumidor no esporte. Os clubes europeus passam a ter responsabilidades além daquelas referentes ao dia do jogo, seja por causa do seu valor simbólico ou comunitário: os torcedores têm de ser informados sobre seus direitos e responsabilidades. As sugestões centrais desse texto são: *fan-coaching* (UNIÃO EUROPEIA, 2003, cap. II, C); *fan-embassies* (idem, cap. II, E) e campanhas (idem, cap. II, D).

Fan-coaching é o termo que denomina os profissionais, que vêm do meio dos torcedores e que oferecem a ligação entre os dois. Com medidas de serviço social e “trabalho de rua” pretende-se que seja assegurado o fluxo de comunicação entre clube e torcedores. A partir dessas iniciativas, as reclamações e sugestões chegam às instâncias decisivas e têm conseqüências. Já a *fan-embassy*, ou “Embaixada de Torcedores”, é um ponto fixo e conhecido de atendimento aos torcedores, que oferece informações e onde se podem encontrar os profissionais do *fan-coaching*⁴. Finalmente, as campanhas, que devem informar e conscientizar os torcedores sobre direitos, deveres e novidades em respeito ao esporte.

A partir dessa descrição, fica nítida a diferença entre as duas legislações e surge como questão: o que provoca essa diferença? Até que ponto o desconhecimento dos torcedores cariocas sobre o EDT contribui para o aumento do distanciamento entre o que se propõe e o que verdadeiramente se efetiva? O que isso traz como conseqüência para os torcedores e a sua cultura? O que podemos refletir a partir do que dizem os torcedores cariocas?

OBSERVATÓRIO DO TORCEDOR

A pesquisa do Ministério de Esporte teve início em 2006⁵, seu objetivo foi o de levantar dados sobre a real implantação do EDT e repetiu-se durante o Campeonato Brasileiro de Futebol do ano de 2007. Na metodologia do projeto previa-se a aplicação de 15 questionários (denominados anexo I) em torcedores presentes no estádio em que se desenvolvia o evento. Além disso, os pesquisadores envolvidos observavam outros itens regulamentados pelo EDT, que foram registrados no formulário de verificação (denominado anexo II). Dessa forma, buscou-se observar a infra-estrutura dos estádios de maneira objetiva, além de verificar a opinião dos próprios torcedores.

⁴ Normalmente, essa medida existe em megaeventos como a Copa do Mundo, mas pode também ser implantada em campeonatos nacionais. Sobre Embaixadas de Torcedores ver Curi (2006a, 2008).

⁵ Sobre resultados do primeiro ano da pesquisa ver Silva et al. (2007). O artigo é referente aos dados levantados com o mesmo questionário no estádio do Mineirão.

Entre setembro e novembro de 2007, a equipe de bolsistas da UFF aplicou no Rio de Janeiro 570 questionários em 38 jogos⁶. Para a análise que nos propomos a realizar aqui trabalhamos com dados de nove jogos, todos disputados no Maracanã, ou seja, três jogos do Botafogo, Flamengo e Fluminense⁷ que forneceram como dados 135 anexos I e 9 anexos II.

Dos 135 entrevistados 79,3% são do sexo masculino, e seguindo a metodologia sugerida registrou-se uma concentração de respondentes entre as idades de 10 a 34 anos, seguidas de 35 a 62 anos e 63 a 82 anos, perfazendo respectivamente 47,5%, 31,9% e 20%. A relação do torcedor com o clube não é acompanhada pelo fato de ser ou não associado, já que só 16,3% se declaram pertencer ao quadro social do clube de sua preferência.

Das questões que mais afetam nossa análise, o conhecimento do estatuto do torcedor ainda se mostrou bastante incipiente, já que somente 1,5% declararam conhecê-lo na íntegra, enquanto 39,3% não o conhecem. É ainda significativo o fato de que 8,1% só conhecem trechos e que 50,4% só ouviram falar da sua existência. O desconhecimento do texto tem como consequência lógica que direitos fixados no EDT passam a não ser exercidos, e em especial o acesso ao ouvidor da competição, que tem a função de atuar junto aos torcedores e dirigentes envolvidos nas competições. Entre as obrigações do ouvidor estão as de recolher sugestões, reclamações e propostas para encaminhar⁸ aos organizadores das competições e responder aos torcedores. Passa a ser significativo o desconhecimento da existência desse personagem já que 97% declaram não saber como contatá-lo. Esse quadro de desconhecimento é reforçado ao verificarmos que 76,3% dos torcedores declaram não saber que poderiam opinar sobre o regulamento da competição como consta na lei no capítulo III, art. 9, §1.

As principais formas citadas pelas quais os torcedores disseram tomar conhecimento do EDT foram a mídia (rádio, televisão e jornais), inexistindo o “boca a boca”. Destaca-se que ninguém indicou campanhas educativas como fonte de conhecimento. Conforme entendemos, essas campanhas podem ser o meio de divulgação e de esclarecimento sobre o EDT que estaria mais próximo às pessoas.

Se há desconhecimento do EDT não há como cobrar determinadas normas que estão nele contidas, ou seja: 96,3% dos torcedores declaram não sentir

⁶ A totalidade dos registros dos jogos foi enviada para o banco de dados do Ministério do Esporte. Jogos realizados no estádio do clube Vasco da Gama não entraram na pesquisa pela recusa do presidente do clube em permitir o acesso dos pesquisadores.

⁷ Botafogo jogando contra Palmeiras, Paraná e Vasco; Flamengo jogando contra Figueirense, Grêmio e Santos; Fluminense jogando contra São Paulo, Atlético-MG e Náutico.

⁸ Os torcedores teriam acesso a esse ouvidor por meio de via postal e eletrônica.

no lugar indicado no seu ingresso, o que é previsto no capítulo V, art. 22. Uma vez que não existe numeração nas cadeiras do estádio foi fácil observar que essa exigência do estatuto é impossível de ser cumprida no Maracanã. Na numeração dos ingressos só é indicada uma única fila – chamada “A” – na qual se encontram todos os assentos.

A CULTURA DO TORCER

A problemática dos assentos merece uma melhor análise já que diz respeito a uma questão que é muito discutida entre torcedores, uma vez que o futebol tem dois pontos principais de referência: a estética do jogo e o significado comunitário. As observações da pesquisa revelaram que parte do público, especialmente situado nas arquibancadas verdes que ficam no anel superior do Maracanã, prefere assistir às partidas parcialmente ou em sua totalidade em pé. Eles não fazem isso por falta de assentos, mas porque querem ficar em pé ignorando os bancos. Essa maneira de ver jogos não pode ser entendida como associada a uma forma de comportamento de uma minoria marginal, na maioria das vezes essas áreas ficam superlotadas por pessoas que escolheram esses lugares. É nesses setores que se desenvolve uma cultura de torcer cujos elementos centrais são cantos, danças e a utilização de bandeiras, para os quais é necessário ficar em pé. Essa cultura desenvolveu-se através de décadas da história do futebol no Brasil e é uma expressão profunda do significado cultural e simbólico que esse esporte tem para o país. Fica claro que a legislação brasileira não atendeu a esse fenômeno.

O fato de que no EDT não se coloque como objetivo atender também a esse grupo de torcedores que freqüentam os estádios parece reforçar a idéia de que, para além da garantia de alguns elementos centrais de segurança e conforto, há a proposta de privilegiar a presença do “espectador”, ou seja, aquele que se relaciona com o jogo como se este fosse um objeto de arte. Seria assistir às partidas como se estivesse num teatro: sentado e com boa visão ao campo. O bom jogo e não a identificação com o time está no centro das suas atenções.

O sociólogo alemão Heitmeyer (HEITMEYER; PETER, 1992) chamou essa categoria de torcedores de “clientes orientados para o consumo” (CURI, 2006b). A grande maioria dos torcedores a que nos referimos neste estudo demonstra um outro comportamento que Heitmeyer (HEITMEYER; PETER, 1992) chamou de “torcedores centrados no futebol”. Estes, apesar de não se inserirem exclusivamente no que chamamos de membros de torcidas organizadas⁹, encontram-se em grande maioria

⁹ Veja sobre torcidas organizadas: Toledo (1996), Pimenta (1997) e Teixeira (2003).

nesses espaços sociais. No centro da atenção desse tipo de torcedores está a identificação com um determinado clube e o sentimento comunitário, o jogo passa a ser uma festa em que eles celebram através de suas danças e canções. A boa visão para o campo adquire então um aspecto secundário em relação a uma expressividade corporal, normalmente coletiva, que é partilhada por essas pessoas. Como pode ser percebido, também reconhecido na sua importância para o jogo por amplos setores da mídia e mesmo institucionalmente (seja pelos espaços oficiais do estádio – como os placares eletrônicos e o sistema de áudio – ou mesmo da instituição de um “prêmio simbólico”, outorgado no ano de 2007 pela Confederação Brasileira de Futebol – CBF – à torcida do Flamengo). A torcida é um espetáculo à parte que dialoga com o jogo. Reforça essa percepção o fato de que, principalmente no setor das “arquivancadas brancas”, no qual, pela sua posição e pelo seu preço, se encontra a maior parte dos turistas que vão assistir a uma partida no Maracanã, dirigem seus equipamentos de vídeo ou de fotografias para registro do que as torcidas fazem, muitas vezes com mais interesse do que se passa no gramado. As pessoas, que realizam essas “festas da torcida” (torcedores, mas também, nessa acepção, “atores” dos espetáculos encenados no Maracanã), criticaram a numeração dos ingressos e rejeitam a obrigação de sentar-se, como já foi observado por Silva et al. (2007). Poderíamos parafrasear Shakespeare: sentar ou não sentar, eis a questão.

A DISPUTA EXTRAPOLANDO AS QUATRO LINHAS

Interpretamos a situação descrita como a disputa pelos capitais de um campo, e nesse caso o “campo esportivo” do futebol, como foi descrito por Bourdieu (1983). Para fins de nossa análise seguindo a descrição de Heitmeyer (HEITMEYER; PETER, 1992), podemos criar dois grupos simplificados: no primeiro estariam os consumidores, que querem assistir à arte do jogo sentados e estão sendo protegidos pelo EDT; no segundo estão os torcedores tradicionais com seu sentimento comunitário, que assistem ao jogo em pé e não foram considerados pelo EDT.

Continuando com Bourdieu (1983), poderíamos dizer que o primeiro grupo detém nessa disputa o capital econômico e o segundo grupo o capital cultural. À primeira vista o capital cultural parece bem mais fraco do que o capital econômico, tanto que o último prevalece na lógica da lei, contudo, lembrando da análise de Santos (2000), percebemos a força da cultura. Pessoas sem acesso ao capital econômico ingressam nas torcidas organizadas para expressar sua identidade comunitária e dessa forma reivindicar a sua parte nesse campo. O sucesso é visível, porque os clubes dependem da atmosfera animada que expressa alegria e criatividade.

As torcidas organizadas não diminuem nem recuam ante o EDT, e conseguem

até sua entrada nos clubes. Interpretamos a lógica do EDT como uma tentativa de superposição da esfera econômica sobre o cultural, cujo fracasso nós assistimos. O poder da cultura tradicional é grande demais e não consegue ser facilmente dominado.

Especialmente num mundo globalizado em que traços culturais sofrem a ameaça de serem pasteurizados, fenômeno que Ritzer (2004) descreveu como "McDonaldização"; as pessoas, ao sentirem suas identidades ameaçadas, passam a reforçá-las. Isso certamente explica o sucesso das torcidas organizadas, e como analisa Alvito (2006, p. 469), que se utiliza das palavras de Damo (2005):

Este sentimento clubístico, este amor aos clubes, não tem diminuído, ao contrário, o que enseja uma contradição fundamental diante da intensa circulação dos atletas incrementada pela "escala mercantilista". O torcedor, absolutamente fiel, sente-se continuamente traído, o que explica as "acusações de mercenários, a ira, as ameaças, a violência física e outras atitudes".

O quadro descrito explica a necessidade da lei, as diferentes percepções da situação e a natureza dos capitais, mas pouco explicou o fenômeno do desconhecimento da lei. A nosso ver os dirigentes do futebol brasileiro precisaram reagir a esses ganhos dos grupos detentores do capital cultural para assegurar sua supremacia num negócio agora globalizado. O produto cultural futebol precisou ser protegido, era necessário fazer concessões para o capital cultural. Interpretamos a atual forma do EDT como a solução ideal para os dirigentes, porque se por um lado a lei concede direitos aos torcedores, por outro quer impor as regras do mercado neoliberal e dificulta o acesso a esses direitos via individualização das responsabilidades e retenção das informações sobre esses direitos.

O futebol europeu está sujeito à mesma lógica mercadológica, entretanto as diferenças são significativas e merecem em outro momento serem analisadas com mais profundidade. As formulações européias têm motivos históricos, políticos e legais, além dos econômicos aqui postos em questão. Daí podemos suspeitar que dentro da lógica da presente análise, que na sociedade européia, ao ser menos desigual, o torcedor europeu tem mais acesso a direitos legais e capitais econômicos e culturais. Ele consegue reivindicar o seu direito e a sua necessidade de expressão cultural, mesmo no espaço econômico.

Faz-se necessário neste momento um comentário sobre os dois grupos na disputa do campo de futebol analisados anteriormente. Esses grupos são tipos ideais, construídos para a análise teórica e provavelmente na prática não existem nessa pureza analítica. Temos de imaginar essa disputa muito mais como duas lógicas que lutam também dentro de muitos indivíduos. Uma vez que o indivíduo torcedor

quer ser tratado com seus direitos de consumidor; também quer ter liberdade para expressar sua cultura. Como é uma disputa contínua ela é sujeita a constante redefinição e alterações. O EDT é uma imagem da atual distribuição de capitais no Brasil em que a lógica econômica prevalece, mas continua dependendo fortemente da produção cultural.

CONCLUSÃO

Ainda que com as limitações apontadas neste artigo, a comparação entre a lei europeia e o EDT possibilitou refletirmos sobre algumas questões que aqui reforçamos. As duas legislações têm o objetivo de fazer eventos esportivos mais seguros, porém, seus pontos de partida estão em oposição, originando consequências conflitantes.

O texto europeu quer proteger tanto o evento futebol como outros esportes que são considerados bens culturais, com um alto valor simbólico, comunitário e social. Para esse fim estão nomeadas as tarefas e seus responsáveis, que são as entidades como federações, clubes ou governo. Em nenhum momento se fala de consumidor, produto ou negócio.

Ao contrário, o texto brasileiro quer proteger o torcedor, que é considerado um consumidor. Busca atingir seus objetivos considerando o torcedor individual como o responsável por defender seus próprios direitos. O EDT não fala sobre o esporte como um bem cultural e o significado do futebol para a identidade nacional do Brasil.

Para poder defender seus direitos, o torcedor tem de conhecer a lei. Porém, o EDT não refere, em nenhum momento, que mecanismos assegurariam a divulgação do conteúdo dessa lei. Portanto, uma das hipóteses desenvolvidas neste artigo é a de que ele não vigora, e entre outros motivos, porque os torcedores, que deveriam ser protegidos por ele, ou não o conhecem ou o conhecem apenas parcialmente.

Como se percebeu entre torcedores presentes no Maracanã, a lei em geral e em especial alguns itens que foram verificados permanecem fortemente desconhecidos. Além de o EDT só estar parcialmente em vigor, ficou nítido que algumas exigências da lei não correspondem com a aplicabilidade.

Chamou especialmente a nossa atenção que o futebol, na lei brasileira, está sendo tratado como um produto e o torcedor como consumidor, desconsiderando o significado social e cultural do esporte. Essa lacuna ficou explícita em relação ao uso dos assentos nos estádios. O Maracanã passou por uma reforma para a realização dos Jogos Pan-Americanos de 2007, que resultou na completa extinção de lugares

para assistir ao jogo em pé, a chamada “geral”. Portanto, o estádio passou a ser um *all-seater*, que em português seria “só-assentos”, cumprindo dessa forma uma das normatizações da Fédération Internationale de Football Association (Fifa) para sediar eventos relacionados à Copa do Mundo.

Entretanto, um grupo considerável de torcedores insiste com a prática (culturalmente instituída) de assistir ao jogo em pé, e dessa forma os assentos tornam-se um obstáculo e até um problema de segurança. Se o EDT realmente quer proteger o torcedor, mas simultaneamente respeitar suas tradições culturais, precisa considerar que essa cultura é múltipla e flexível. Para atender aos torcedores brasileiros seriam necessários diferentes setores no Maracanã, com infra-estruturas distintas. O principal ponto é que necessitaria um setor com assentos e outro sem. O EDT como lei de consumidores não consegue reagir a essa demanda, porque não está atento ao amplo leque de valores culturais existentes entre os grupos que freqüentam os estádios.

Esse aspecto ressalta a falta de instrumentos de interlocução entre os grupos de torcedores e as entidades envolvidas na organização do futebol e de outros esportes, principalmente os clubes e as federações.

Ainda que seja sempre importante ter em mente as diferenças entre os contextos brasileiro e europeu, a análise comparativa da lei européia, referente a esse assunto, pode indicar caminhos para possíveis soluções para os problemas apontados neste artigo. Sugerimos como alternativas merecedoras de atenção¹⁰ as “campanhas” e o *fan-coaching*. Campanhas podem ser o primeiro passo para divulgar o EDT. Podemos imaginar campanhas intermediadas pelas mídias conhecidas e pelo uso do telão no estádio. Mas não menos importante mostra-se a necessidade de uma tradução do texto para uma linguagem mais acessível, e que pode ser distribuído gratuitamente nas entradas dos estádios na forma de um pequeno documento.

Na lei européia o ponto central para a interlocução é representado pelo *fan-coaching*. Independentemente da forma como essa instituição possa ser aplicada no Brasil, o ponto fundamental é que seus participantes tenham estreita ligação com o mundo dos torcedores, possibilitando a eles a interlocução com as entidades. Para isso, eles precisam ir aos pontos de encontro dos torcedores no estádio e às sedes das torcidas organizadas. Esses profissionais devem ter acesso às instituições responsáveis pela área para poder repassar as informações dos torcedores e, em contrapartida, atuarem como um canal para transmitir informações e explicações sobre o EDT para os torcedores. Dessa forma cria-se um canal que considera o

¹⁰. À luz das especificidades brasileiras deve-se verificar sua viabilidade de aplicação nos eventos esportivos nacionais.

mundo do futebol uma cultura, com fortes raízes sociais, que não segue uma lógica mercadológica. A cultura dos torcedores fica fortalecida, dando menos espaço para a violência, aumentando dessa forma a segurança nos estádios.

Especificamente voltada para a preparação da Copa do Mundo de 2014, sugerimos a análise do funcionamento de “embaixadas de torcedores”, que são pontos fixos de atendimento aos torcedores ao redor dos estádios e que já foram desenvolvidas com sucesso na Copa de 2006, na Alemanha. Elas oferecem um serviço de informação ao torcedor referente ao campeonato em geral, um jogo específico e a locomoção na cidade, possibilitando um melhor atendimento a partir de pessoas que vivenciam a cultura do futebol (seus profissionais podem ser aqueles já preparados pelo *fan-coaching*). Dentro da realidade específica do futebol brasileiro, seria interessante o desdobramento de pesquisas que permitissem verificar a aplicabilidade, ou não, dessas embaixadas, inclusive em competições regionais ou nacionais.

A ligação cultural entre clube e torcida é considerada na legislação européia, mas não ocorre na brasileira. No nosso entender, isso configura uma lacuna no EDT que deve ser preenchida. Percebemos que futebol não é só um negócio, com produto e consumidores, mas uma expressão cultural que deve ser protegida como tal. A questão colocada aqui não se encerra e convida os pesquisadores para reflexões futuras.

Observating fans: the law

ABSTRACT: In 2003 Brazil passed the “Estatuto de Defesa do Torcedor”, a law which guarantees consumers rights to the spectators of sport events and wants to increase the security in the stadiums. This measure is new and still without references in Brazil. For that reason the present article evaluates the text in comparing it with the European Convention on Spectators Violence and a research in the Maracanã stadium during matches of the Brazilian Football Championship 2007. The main result is that the law is still nearly unknown and for that only partially kept. The article develops some suggestions based on the European text.

KEY WORDS: Fans; football; sport legislation; Brazilian fan law; security.

Observatório de los hinchas: el estatuto

RESUMEN: En el año de 2003, fue aprobado en Brasil el “Estatuto de Defesa do Torcedor”, una ley que garantiza a los espectadores de los eventos deportivos los derechos de consumidores y intenta asegurar la seguridad en las plazas de deporte. Esta es una medida nueva y sin referencias en Brasil. Así, este artículo hace una revisión del texto de esta ley, a través de una comparación con una ley europea semejante y de una investigación en el estadio de Maracanã durante los juegos en el Campeonato de Fútbol Brasileño 2007. El principal resultado obtenido

es que la ley es aún desconocida por la mayoría de los frequentadores y solo se encuentra parcialmente en aplicación. A partir de esto, el artículo propone sugerencias basadas en el texto europeo y en la análisis de los resultados de los cuestionarios aplicados.

PALABRAS CLAVES: Espectadores; fútbol; legislación deportiva; estatuto de los hinchas; seguridad.

REFERÊNCIAS

ALVITO, M. "A parte que te cabe neste latifúndio": o futebol brasileiro e a globalização. *Análise Social*, v. 41, n. 179, p. 451-474, 2006.

BOURDIEU, P. Como é possível ser esportivo. In: _____. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BRASIL. *Lei n. 8.078/90*. Proteção do Consumidor. Brasília, 1990.

_____. *Lei n. 8.672/93*. Normas Gerais sobre Desportos. Brasília, 1993.

_____. *Lei n. 9.615/98*. Normas Gerais sobre Desporto. Brasília, 1998.

_____. *Lei 10.671/03*. Estatuto de Defesa do Torcedor. Brasília, 2003. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/arquivos/noticias/plc-l-l.pdf>>. Acesso em: 17 dez. 2007.

CURI, M. Embaixada da Torcida Brasileira. Projeto de serviço social durante a Copa do Mundo de 2006 na Alemanha para acompanhar os torcedores brasileiros. *Esporte e Sociedade*, ano 1, n. 1, 2006a. Disponível em: <<http://www.lazer.eefd.ufrj.br/epsoc/pdf/es106.pdf>>. Acesso em: 17 dez. 2007.

_____. Torcedores adolescentes de futebol: orientações sociais e políticas, sociabilidades, violência (Resenha). *Esporte e Sociedade*, ano 1, n. 2, 2006b. Disponível em: <<http://www.lazer.eefd.ufrj.br/epsoc/pdf/es212.pdf>>. Acesso em: 17 dez. 2007.

_____. Samba, girls and party: who were the Brazilian soccer fans at a World Cup? An ethnography of the 2006 World Cup in Germany. *Soccer and Society*, v. 9, is. 1, p. 111-134, 2008.

DAMATTA, R. Esporte na sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro. In: _____. *Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Edições Pinakothke, 1982.

DAMO, A. S. *Do dom à profissão*. Uma etnografia do futebol espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

DUARTE, H. *Comentários às disposições de responsabilidade civil da Lei nº 10.671/03*. 2007. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=4726>>. Acesso em: 17 dez. 2007.

ELIAS, N. *A busca da excitação*. Lisboa: Difusão Editorial, 1992.

GUEDES, S. *O Brasil no campo de futebol*. Niterói: EDUFF, 1998.

HEITMEYER, W.; PETER, J.-I. *Jugendliche Fußballfans: Soziale und politische Orientierungen, Gesellungsformen, Gewalt*. Weinheim: Juventa, 1992.

HELAL, R. *Passes e impasses*. Petrópolis: Vozes, 1997.

_____.; GORDON, C. Futebol: mitos e representações do Brasil. In: VILLAÇA, N.; GOÉR, F. (Eds.). *Nas fronteiras do contemporâneo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2001. p. 99-110.

MAGNANI, J. G. *Festa no pedaço*. São Paulo: Hucitec, 1998.

PIMENTA, C. A. M. *Torcidas organizadas: violência e auto-afirmação*. Taubaté: Vogal, 1997.

REIS, H. *Futebol e violência*. Campinas: Armazém do Ipê (Autores Associados), 2006.

RITZER, G. *The McDonaldization of society*. London: Pine Forge Press, 2004.

SANTOS, T. C. Globalização, mundialização e esporte: o futebol como megaevento. In: ALABARCES, P. *Peligro de gol*. Estudios sobre deporte y sociedad em America Latina. Buenos Aires: Clasco, 2000.

SILVA, S.; NICÁCIO, L. G.; SILVA JUNIOR, M. S. L.; VIEIRA, Y. V. G. *Futebol e torcida: um estudo sobre o Estatuto de Defesa do Torcedor do Campeonato Brasileiro de 2006 na cidade de Belo Horizonte*. 2007. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd107/futebol-e-torcida-um-estudo-sobre-o-estatuto-de-defesa-do-torcedor.htm>>. Acesso em: 5 dez. 2007.

TEIXEIRA, R. C. *Os perigos da paixão*. São Paulo: Anna Blume, 2003.

TOLEDO, L. H. *Torcidas organizadas de futebol*. Campinas: Autores Associados, 1996.

_____. *Lógicas no futebol*. São Paulo: Hucitec/Fapesp, 2002.

UNIÃO EUROPÉIA. *European Convention on Spectator Violence and Misbehaviour at Sports Events and in particular at Football Matches*. Estrasburgo: União Européia, 1985. Disponível em: <<http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Html/120.htm>>. Acesso em: 5 dez. 2007.

_____. *Recommendation Rec (2003) I of the Standing Committee on the role of social and educational measures in the prevention of violence in sport and handbook on the prevention of violence in sport*. Estrasburgo: União Européia, 2003. Disponível em: <http://www.coe.int/t/dg4/sport/Source/trv200301_en.doc>. Acesso em: 17 dez. 2007.

Recebido: 31 jan. 2008

Aprovado: 24 abr. 2008

Endereço para correspondência

Martin Curi

Rua Almirante Alexandrino, 2.603, casa 36-201 – Santa Teresa

Rio de Janeiro-RJ

CEP 20241-263