

FUTEBOL, JORNALISMO ESPORTIVO E MARKETING EM ARACAJU/SE: RECORTES HISTÓRICOS DE UM “CASAMENTO FELIZ”¹

Sérgio Dorenski Dantas Ribeiro

INTRODUÇÃO

Consideramos que as articulações feitas neste artigo têm o propósito de sustentar que a criação da Associação Desportiva Confiança (ADC)² apresenta-se enquanto uma “trama” que envolve o poder econômico³ (materializado pela fábrica de tecido), o poder simbólico (a paixão que representou e representa no imaginário de seus torcedores ou não), o poder político (principalmente na figura do dono da fábrica e do Clube) e, principalmente, a idéia de marketing esportivo. No estudo, encontram-se evidências das primeiras aproximações entre o esporte e a mídia, ou seja, a criação da Associação dos Cronistas Esportivos de Sergipe (ACES), com fins específicos de promover o futebol no Estado e fora dele. Neste sentido, destaca-se seu papel em organizar e promover o espetáculo esportivo, estimular torcedores e jogadores, etc., constituindo-se numa “força simbólica” com dimensões políticas e econômicas no tocante à dinâmica do futebol no Estado.

Para não parecer invenção da “memória” social e provocar o espanto dos *experts* de plantão no trato com a narrativa histórica, fica o alerta que se

-
1. Uma versão deste texto foi publicada nos anais do XIV CONBRACE, 2005.
 2. Clube criado para prática do Vôlei e do Basquete que, com o passar dos anos, se constituiu numa grande força do futebol de Sergipe e do Nordeste.
 3. Thompson (1998).

trata de alguns recortes/fatos históricos dessas articulações, importantes para a análise da história do esporte (futebol) no Estado de Sergipe. As fontes de informação expressam uma narrativa da criação da ADC como um clube de futebol de fábrica (têxtil), na cidade de Aracaju/SE.

Nos estudos empreendidos (Ribeiro, 1997; 2005), envolvendo a consulta em arquivos de jornais (captura/recortes no período de 1949 a 1969) no Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe⁴, bem como, na Biblioteca Pública do Estado de Sergipe **Epifânio Dória** e depoimentos de sujeitos⁵ envolvidos na pesquisa, além de documentos da própria Associação Desportiva Confiança⁶, encontram-se dados históricos que simbolizam a construção/criação deste fenômeno. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa Histórica, com abordagem Qualitativa que tem como concepção de método o Materialismo Histórico.

Portanto, narra-se esta história a partir de dois momentos: o primeiro, referente ao objeto central da pesquisa (formação de um clube de futebol de fábrica), se materializa na criação da Associação Desportiva Confiança, o “Confiança”, clube que “já nasceu grande”⁷, configurando-se seu caráter hegemônico⁸ e suas relações

-
4. Associação Civil sem fins lucrativos, conhecida como “a Casa de Sergipe”, criado em 06.08.1912, com o objetivo de zelar pela memória do Estado, coletando documentos, discutindo problemas culturais e produzindo saber. www.ihgse.com.br, acesso em 26/08/08.
 5. Os sujeitos da pesquisa foram: jogadores de futebol; cronistas/jornalistas esportivos; alguns ex-diretores da ADC e da Fábrica de Tecidos Confiança; moradores do Bairro Industrial à época (1949-1969); médico da ADC; alguns torcedores.
 6. www.confiancase.com.br
 7. Este é um slogan que representa, de forma significativa, a força simbólica que este clube alcançou no cenário do futebol no Estado de Sergipe. Outros slogans fazem parte de sua história, tais como: Dragão do Bairro Industrial; da Caverna do Bairro Industrial; ADC, o Gigante Operário; Campeão dos Campeões; A Academia do Futebol Sergipano, etc. No entanto, o “Já Nasceu Grande” simboliza toda a dimensão que representou e representa a sua história, pois entende-se que a Associação não veio apenas figurar no cenário esportivo, mas veio marcar posição, GRANDE.
 8. Encontram-se, na literatura, vários significados deste termo. Seja significando domínio, seja significando liderança (tendo implícita a noção de consentimento). Fica-se aqui com este segundo significado, não sendo, explicitamente, o mesmo que Gramsci desenvolveu em seus escritos – “Cadernos do Cárcere”. Mas, sobretudo, pela “subversão” que a classe trabalhadora encontrou para produzir sua existência, através do esporte.

com o marketing⁹; o segundo momento refere-se sobre a incorporação da mídia em sua história, com o surgimento da ACES.

Associação Desportiva Confiança: um pouco de sua história

A Associação Desportiva Confiança carrega em sua história situações interessantes no tocante ao esporte (espetáculo), à construção de um “bem simbólico” dotado de valor de troca¹⁰, às relações de trabalho/emprego e, principalmente, por sua aproximação com a mídia (rádio e jornal) em um fenômeno esportivo vivo, pois fez parte de um contexto da vida dos sujeitos da pequena Aracaju, principalmente os moradores do Bairro Industrial (onde localiza-se a fábrica e a ADC).

O clube (ADC) surgiu para a prática do voleibol e do basquetebol, tendo como idealizadores os jovens Isnard Cantalice e Epaminondas Vital, após estes terem assistido a uma partida de voleibol. Idéia que foi abraçada pelo dono da Fábrica de Tecidos Confiança – Sr. Joaquim Ribeiro - sem restrições, curiosamente num dia 01 de maio, em 1936 (RIBEIRO, 1997).

Este é um fato interessante, pois evidencia dois pontos cruciais: a relação com o espetáculo esportivo, uma vez que foi através dele que surgiu a idéia de criar o clube e a relação com a Fábrica, que forma um primeiro “casamento feliz” entre a empresa e o esporte, relação essa apoiada em um forte poder econômico que se configurava naquele tempo. Até 1948, há um período “hegemônico” da prática do voleibol e basquetebol na Associação, para as quais o clube fora criado, acumulando vários títulos nos campeonatos no Estado de Sergipe, como relatam sujeitos da pesquisa:

-
9. Há vários sentidos do marketing/esporte na Administração, Economia, etc. ; aqui, percorremos a idéia de que um clube de futebol possibilitou visibilidade a uma Fábrica (Confiança), principalmente, entre as décadas de 1940 e 1950, que, para Hubner (2004), significa a Era das Vendas. A partir da idéia de que a matéria-prima do marketing é a mente (NOBREGA, 1999), observamos este fenômeno no contexto de Aracaju/SE.
 10. No estudo, configura-se seu caráter mercadoria, ou seja, portador de valor a partir de sua comercialização no espetáculo esportivo. O objetivo central da pesquisa foi “analisar o fetiche da mercadoria a partir de uma situação concreta: o surgimento de um clube de fábrica” (RIBEIRO, 2005).



A - [...] surgiram campeonatos amadores, de basquete aqui, participava o Confiança dos campeonatos estaduais, ganhou muitos títulos, tem muita taça na fábrica dos campeonatos amadoristas dos operários¹¹.

B - [...] Confiança somou, na era amadorista, vários títulos tanto no vôlei, como no basquete, tanto a equipe masculina como a equipe feminina; foram campeões por mais de cinco anos, seis vezes a masculina foi, a feminina foi de quatro a cinco anos [...].

Entre 1948 e 1949, tem início um segundo momento hegemônico, no qual se focou mais precisamente a pesquisa, que foi a inserção do Confiança no cenário do futebol sergipano, depois de ganhar as Olimpíadas Operárias¹², em 1948. Seus dirigentes resolvem, então, filiar a ADC à Federação Sergipana de Desportos (FSD) e incluí-la no campeonato oficial (1949). No entanto, quando “estreou” - cabe-lhe bem esta expressão - (novamente num 01 de maio e que representa o marco fundamental na construção do clube pois configura então o seu cartão de visita da fábrica e do clube para o público), o Confiança sempre simbolizou um espetáculo, atraindo um grande público e as maiores rendas nos estádios, mesmo que o título de campeão não lhe fosse conferido: no campeonato sergipano de futebol, em 1949, perdeu todos os pontos conquistados, uma vez que uma lei de estágio obrigava o atleta amador, quando da troca de clube, a passar um ano sem jogar no campeonato oficial. Contudo, o Confiança não se importava: venceu quase todas as partidas e só não foi declarado campeão por causa desta lei (RIBEIRO, 1997; 2005), conforme verificamos nos jornais da época:

Convém salientar que o Confiança está invicto, apesar de no último posto, em virtude de perder os pontos em todas as

11. A - Filho do dono da fábrica Confiança, foi um dos Diretores do Clube;
12. Competição entre as indústrias do Estado de Sergipe.

partidas, por inclusão de elementos sem condições de jogo. **Diário de Sergipe**. 22/08/1949.

Prossegue o “Confiança” em plena invencibilidade. Não há de negar que o quadro do Confiança vem desenvolvendo uma situação invejável [...] vem perdendo os pontos dos seus jogos, por vários elementos que integram estão ainda sem condições de jogo. **Diário de Sergipe**. 06/10/1949.

Fiel ao *slogan* “já nasceu grande”, antes referida, que representava a estratégia do Confiança em formar grandes equipes esportivas, foram contratados os melhores jogadores para trabalhar na fábrica e, ao mesmo tempo, integrar suas equipes. Isso aconteceu desde a sua criação, até a formação da grande equipe “arrasadora” de futebol em 1949, quando se ratifica e consolida o *slogan*.

Neste contexto, a visibilidade do clube no cenário esportivo, que era o que interessava à fábrica, estava garantida, talvez, como a presença mais significativa do marketing, pois o produto estava presente na mente das pessoas e sendo comentado pelos diversos meios. Isto foi possível devido às condições materiais que a fábrica possuía, tornando-o “grande” rapidamente e culminando assim com a conquista da torcida (mais popular e menos elite¹³).

Neste sentido, para Betti (1997, p. 23), “a fundação do The Bangu Athletic Cluc¹⁴, em 1904, foi de grande importância para a democratização do futebol brasileiro”. Esta informação é significativa, pois há relações evidentes com a criação da Associação Desportiva Confiança:

-
13. Cabe ressaltar que o Confiança concretiza, em certa medida, uma contra-hegemonia, pois os outros clubes de futebol em Aracaju representavam a classe economicamente favorecida e dominante (elite), juntamente com seus torcedores. Agora havia um clube de periferia, de proletários, oriunda de bairro operário e pobre de Aracaju, e que “enfrentava” esta elite.
 14. Em 1933, o Bangu foi o campeão carioca profissional e o primeiro a conquistar um título no Estádio do Maracanã (1950); em 1960, foi campeão mundial do Torneio de Nova York. Ainda, a influência britânica, trazida pelos técnicos têxteis, influenciou, em certa medida, a prática do futebol. Seu primeiro Presidente foi um inglês “clássico”, William French. (www.bangu.net, consulta em 10/12/04).



o Bangu era situado no subúrbio do Rio de Janeiro e o Confiança também o era, em Aracaju; pertencia a uma fábrica de tecidos, igual ao Confiança; estabeleceu relações de privilégios entre os jogadores que trabalhavam na fábrica, o Confiança também.

O Sr. Joaquim Ribeiro, então dono da Fábrica de Tecidos Confiança, quando estudante no Rio de Janeiro, foi influenciado pelas práticas esportivas de influência inglesa, vivendo o momento de expansão do Bangu. No Rio de Janeiro, ele foi amigo de um dos presidentes do Bangu (Guilherme da Silveira Filho, o “Silveirinha”). Posteriormente, seu filho, que também foi dirigente do clube, seguiu os passos do pai, tendo estudado no Rio de Janeiro, de onde trouxe muitas novidades no tocante à prática do futebol. Portanto, fica evidente que o exemplo do Bangu – clube de fábrica de tecidos e que se constituiu numa grande “força” do futebol brasileiro – influenciou de forma significativa a formação do Confiança.

Conforme os estudos de Proni (2000), o futebol introduzido no Brasil configurava-se a um “modelo elitista”, de prática recreativa e amadora. O próprio Charles Miller, responsável por trazer o futebol para o Brasil, era filho brasileiro do Cônsul Britânico e ensinava para um grupo seleta (a maioria era de ingleses, altos funcionários de empresas britânicas). Assim também acontecia em Aracaju; no entanto, é com o Confiança que se presencia a ruptura do modelo elitista no futebol sergipano. Ele passa a representar os “desejos” de uma classe que se configurava nos bairros de periferia e que, em sua base, era formada por operários e “pseudo-operários¹⁵”.

Essas considerações coadunam com o modelo social, político e econômico à época e que em Aracaju¹⁶ já se configurava. Segundo Bracht (1997, p. 96), “o desenvolvimento e expansão do esporte aconteceu tendo como pano de fundo o processo de modernização dos séculos XIX e XX, [...] industrialização, urbanização, tecnologia dos meios

-
15. O estudo revelou que muitos trabalhadores da fábrica tinham como função “jogar bola”.
 16. Fundada em 1855, no governo de Inácio Barbosa, com a intenção de construir um núcleo urbano moderno no Estado, um porto, que atendesse as necessidades de escoamento da produção açucareira (SOUSA, 1991). No Pós-guerra, as indústrias têxteis constituíam-se numa grande potência exportadora do Estado e principalmente, em Aracaju.

de transporte e comunicação, aumento do tempo livre [...]”. O processo de urbanização e modernização de Aracaju sofreu influência, principalmente, das idéias “progressistas” presente nas fábricas têxteis. O “Dopolavoro”¹⁷, presente em certa medida na ideologia do tempo do não-trabalho, nas práticas esportivas, exercia um controle social. Notam-se essas características na formação deste clube e que parecem desaparecer quando envolvido pelo esporte espetáculo do Confiança.

[...] o futebol foi introduzido sob o signo do novo, pois, mais do que um simples jogo, estava na lista das coisas moderníssimas: era um “esporte”. Ou seja, uma atividade destinada a redimir e modernizar o corpo pelo exercício físico e pela competição, dando-lhe a higidez necessária a sua sobrevivência num admirável mundo novo – esse universo governado pelo mercado, pelo individualismo e pela industrialização (DA MATTA apud PRONI 2000, p. 99).

Considera-se aqui o alerta Betti (1998, p. 20), para quem “a adoção de um esporte popular de um povo por outro resulta de um processo complexo no qual as propriedades lúdicas intrínsecas de um esporte misturam-se com fatores culturais próprios de cada sociedade”. No entanto, na criação da Associação Desportiva Confiança, no tocante ao futebol, percebe-se a influência determinante do modelo Inglês e sua relação fabril – têxtil – seja proveniente de trabalhadores ingleses (engenheiros), seja pelos filhos de empresários que, após seus estudos na Inglaterra, trouxeram o futebol para o Brasil.

Um aspecto importante que se manifesta na história do Confiança refere-se à relação profissional que já se configurava - “profissionalismo marrom” - pois houve a contratação de jogadores (os melhores no mercado regional) e, sem sombra de dúvida, o modo pelo qual isso ocorreu reforça tal convicção: alguns eram registrados como trabalhadores

17. O Dopolavoro, neologismo criado pelo engenheiro Mário Giani na Itália fascista para indicar o tempo livre após o trabalho, procurou organizar as atividades recreativas e culturais dos operários fora da fábrica de modo a integrá-los ao mundo da produção (RAGO E MOREIRA, 2003 p. 58).

da fábrica, mas vieram para jogar futebol. Segundo Bracht (1997, p. 97), *“na base da questão do profissionalismo/amadorismo está presente o conflito social básico da sociedade capitalista: capital x trabalho”*.

Apesar de, no Brasil, o futebol profissional ter se instituído desde 1934, em Sergipe só foi oficializado em 1960. No Confiança, encontramos indícios da profissionalização antes mesmo desta data (1960), não apenas na formação da equipe, a partir da Fábrica, mas, sobretudo pelas condições em que isto se deu. Podem ser citados, como exemplos, a contratação de profissionais para administrar o futebol, como também a disponibilidade de materiais (em abundância), o tratamento com os jogadores, exigindo resultados e posturas profissionais, a construção de seu próprio Estádio (primeiro clube na capital, em 1955), em pouco tempo de existência. Também o posicionamento do Sr. Joaquim Ribeiro, comandando o Clube como se dirigisse a Fábrica, instituiu, assim, um pensamento profissional, mesmo numa época ainda amadora. Como expõe um dos sujeitos da pesquisa:

C - Dr. Joaquim buscava os jogadores, dando bons empregos na fábrica, bons salários, então o clube sempre teve grandes jogadores. Mesmo na época do amadorismo já era um clube com muita feição profissional.¹⁸

Percebemos que a relação entre Joaquim Ribeiro e o Clube Confiança não se deu de forma desinteressada, pois à medida que o clube aparecia no contexto sergipano e nordestino, aparecia também e de forma “conjugal”, o espectro da fábrica de tecidos. Referindo-se ao Bangu, Antunes (1994, p. 106), explica que *“[se] o prestígio da empresa não era totalmente dependente do desempenho da equipe de futebol, podia, em parte, ser favorecido por ele. Afinal, o clube era uma espécie de cartão de visita da empresa”*. Este fato deu-se também na história do Confiança. Talvez, essa seja uma idéia de promoção¹⁹, tão comum nos dias de hoje, que

18. C - Radialista, pesquisador e historiador sergipano.

19. Para Hubner (2004), conjunto de ações empreendidas pela empresa no sentido de tornar o produto atrativo ao cliente[...], visando à venda.

representava o marketing do Confiança para sua época, tornando-o atrativo seja com o espetáculo de seu futebol, seja com a aproximação do público com a fábrica, seus dirigentes (empresários/capitalistas) aos consumidores potenciais *“o marketing ensina que são necessários esforços organizados para levar uma compreensão do ambiente externo – da sociedade, da economia e do cliente – para o interior da organização”* (PETER DRUCKER apud NOBREGA, 1999 p.92).

A Mídia entra em cena: surge a ACES

Alguns fatores foram determinantes para a expansão do Confiança, como equipe de futebol, como a coincidência da formação da equipe às vésperas da Copa do Mundo de Futebol, realizada aqui no Brasil, em 1950. Fica evidente, a partir dos depoimentos, que o ano de 1949 simboliza um marco na história do futebol brasileiro e mundial. Estamos num período que antecede a primeira Copa do Mundo de Futebol depois da II Grande Guerra, e principalmente, a ser realizada no Brasil. Para Proni (2000), após essa Copa, o futebol ganha um caráter profissionalizante, mundialmente e também aqui na América do Sul.

Outro aspecto relevante foi a criação da Associação dos Cronistas Esportivos de Sergipe (ACES), fundada também em 1949, com o propósito de realizar torneios, incentivar e premiar jogadores e torcedores, promover a aproximação com o comércio e, sobretudo, cobrar do poder público municipal a construção do novo “teatro” do futebol sergipano, o Estádio de Aracaju²⁰, inaugurado em janeiro de 1950 (RIBEIRO, 2005).

A relação da ACES com o futebol e principalmente, na “promoção” do Confiança, foi fundamental para torná-lo “objeto de desejo”. Para Hubner (2004), isto seria o “ponto de venda”, ou seja, o Confiança estaria pronto para ser levado até o público consumidor. Neste aspecto, entende-se que o papel da mídia radiofônica e escrita foi relevante para expansão do esporte no Estado de Sergipe e na

20. Durante a “colheita” de dados, encontramos nos jornais várias iniciativas da construção dos Estádios e tudo indica que, a partir de 1948 até 1955, há uma aceleração – “proliferação” – desses “teatros” nas cidades de Estância, Própria, Neópolis e Aracaju, no Estado de Sergipe.



promoção dos torneios e campeonatos, o que isto fica demonstrado pela reprodução de matéria jornalística e pelo depoimento de um de seus fundadores:

O Torneio Início será Domingo

“[...] como ficou acertado, a Associação dos Cronistas Esportivos de Sergipe será patrocinadora da festa [...] é pensamento da “Associação dos Cronistas” premiar todos os clubes vencedores, numa inequívoca prova de incentivo e estímulo aos seus atletas [...]”. **Correio de Aracaju**. 20/03/1951.

D - Em 1949, nós éramos 18 elementos; [...] o idealizador foi José Tomaz Gomes da Silva [...]. Então, ele idealizou e as primeiras reuniões foram realizadas nos próprios órgãos que nós trabalhávamos. Ele era cronista esportivo do Jornal de Sergipe e eu era cronista esportivo do Sergipe Jornal [...]. Então, José Tomaz, [...] reuniu alguns elementos, eram cronistas [...], e aí fundamos a Associação. Fundamos a entidade [...]. Tanto que, para que você possa imaginar o esforço que foi feito prá fundar a Associação, basta dizer que todo o material preliminar para ofícios e tudo mais da parte administrativa, saiu do bolso de José Tomaz com a promessa de que quando a Associação fosse fazendo um caixa, ele fosse ressarcido; [...] O Torneio Início, quando começou, [...] a renda era da Federação; aí, eu fiz uma reivindicação [...] e a renda do Torneio Início, então, passou a ser da Associação dos Cronistas. A Federação organizava e nós íamos atrás de patrocínio [...] ²¹;

Na América do Sul, tem sido destacado o papel da imprensa escrita e falada para o desenvolvimento do futebol. Concorde-se com Proni (2000), quando explica que atribuir à mídia que o sucesso do futebol

21. D - Jornalista, um dos fundadores da ACES. Presidiu também, a Associação de Imprensa de Sergipe.

(profissional) tenha sido fabricado por ela, representa um exagero. Todavia, entende-se que seu papel, no caso do futebol em Sergipe, foi determinante para alcançar um período grandioso no Estado.

Isto não significa dizer que ela (mídia) tenha criado artificialmente a demanda esportiva no Estado. No entanto, fica claro que, quanto à aceleração do processo de popularização, ela foi decisiva. Acredita-se que foi com a mídia (representada pela ACES), que o futebol no Estado ganhou maior visibilidade e uma dimensão para além de suas fronteiras territoriais, pois havia um intercâmbio entre as Associações de Cronistas nos Estados do Nordeste (AL/PB/CE/BA/PE), inclusive na realização de torneios e amistosos. Essa relação fez com que, hoje, a entidade tenha o nome de Associação dos Cronistas **Desportivos** de Sergipe – ACDS. Segundo um dos seus fundadores, a idéia de mudar o nome da entidade nasceu de sua amizade com o Presidente da Associação dos Cronistas do vizinho Estado de Alagoas; lá, utilizava-se a expressão Desportivos²² (RIBEIRO, 2005).

D – Aliás, essa sigla foi sugerida por mim. Ela era Associação dos Cronistas Esportivos de Sergipe e hoje é ACDS: Associação dos Cronistas Desportivos de Sergipe. Nós tínhamos um vínculo de aproximação muito forte com a ACDAL, [...] fazíamos uma interação. Então, eu me inspirei [...] e foi aceito em reunião de uma assembléia geral, [...] mudou para ACDS, Associação dos Cronistas Desportivos de Sergipe.

A Associação dos Cronistas Esportivos de Sergipe ganha um papel de destaque na promoção do espetáculo esportivo, em que passa a exercer não só essa função, mas, sobretudo, adquire uma expressiva força simbólica (e econômica). A imprensa foi concedendo maior atenção e

22. Para Melo (2001), a utilização de terminologias em línguas estrangeiras é uma das influências européias no desenvolvimento do esporte no Brasil. A terminologia desporto influenciou também, nesta época, a Educação Física do país, com a proposta do método de Educação Física Desportiva Generalizada, divulgada aqui por Augusto Listello. Segundo Coletivo de Autores (1992), após a II Guerra Mundial, ele espalha-se pelo Brasil e traz, em sua concepção metodológica, o predomínio do esporte.



espaço, divulgando as práticas esportivas a partir do momento que essas práticas se tornaram mais organizadas, principalmente, com a formação dos clubes de futebol, associado sempre à figura do “Patrono²³”. Percebe-se que no começo da relação do jornalismo com o esporte não foi fácil:

E - Mas, no começo, [...] os jornais não gostavam de esporte não, era política. Prá se botar uma nota era um problema! [...], aí eu pegava uma notinha, entrava de mansinho [...]. Às vezes até, Paulo Costa dizia: já vem você com suas notas de futebol, né?! Na rádio, eu sempre levava os comentários, para que fossem lidos²⁴.

Não resta dúvida também que a mídia teve um papel importante na construção deste “bem simbólico” chamado Confiança, principalmente, com a criação da ACES. Um dos objetivos desta Associação era divulgar o esporte, por isso idealizam uma Gazeta Esportiva para dar maior amplitude às informações referentes ao esporte²⁵. Entendiam os Cronistas que os jornais já deveriam conceber um espaço maior para noticiar, principalmente, o futebol. No entanto, esta Gazeta funcionava como um apêndice dos jornais, seu nome aparece nas “chamadas” das notícias esportivas. Era comum, confirmam isso nossos achados da pesquisa, encontrar a mesma informação esportiva em jornais diferentes (RIBEIRO, 2005).

São evidentes e regulamentados os “canais” de acesso: entre os patronos e a mídia; entre a Federação Sergipana de Desportos (FSD) e a mídia; entre o público e a mídia; entre o comércio e mídia, e a mídia entre si (os cronistas do rádio passam a interagir com aqueles que faziam jornalismo esportivo impresso) (RIBEIRO, 2005).

-
23. Figura símbolo. Geralmente aquele sujeito que subsidiava financeiramente o clube.
 24. E - Cronista esportivo trabalha no rádio e na televisão, fazendo principalmente, comentários sobre o futebol local e nacional.
 25. “[...] A primeira medida, é fazer circular a Gazeta Esportiva no mais breve tempo possível, vez que os jornais não satisfazem o desenvolvimento do esporte [...]” (CORREIO DE ARACAJU.19/06/1952).



Observa-se igualmente que a relação mídia e esporte, em Sergipe, não foi desinteressada, apenas com a função de noticiar os eventos esportivos. Já se evidenciava uma relação de interesses comerciais, que se materializava também com o percentual recebido pela ACES das rendas dos jogos (1% do total das rendas dos jogos do Campeonato e torneios), além do Torneio Início do Campeonato Oficial do Estado, cuja renda pertencia totalmente à ACES. Com isso, a Federação e os presidentes dos clubes reconheciam sua relevância na divulgação do futebol no Estado, gerando inclusive um aumento do seu percentual na apuração das rendas nos jogos, conforme notícia aqui reproduzida:

A C E S terá 5%

O Santa Cruz [...] proporcionou a Associação dos Cronistas Esportivos de Sergipe o aumento de sua percentagem nas rendas deste ano pelo Certame Estadual, um aumento de 4 % passando assim para 5 %. Desta forma a renda dos jogos será distribuída da seguinte forma: FSD, 40% - Santa Cruz e Sergipe, 27%, Estádio, 10% e A C E S, 5%. **Correio de Aracaju**. 29/03/1962.

No Rio de Janeiro, conforme Melo (2001), já em 1890, os clubes viviam a mimar a imprensa com homenagens e privilégios, enquanto a imprensa aumentava rapidamente sua atenção para as práticas esportivas. Guardada as devidas proporções, no Estado de Sergipe tal aproximação também se efetivou. Era comum nas excursões, os clubes de futebol levarem cronistas esportivos como acompanhantes, a exemplo da excursão do Confiança à cidade de Maceió/AL:

CRONISTAS ACOMPANHARÃO CONFIANÇA

Convidados pelo Presidente da FSD, quatro cronistas esportivos viajarão para Maceió [...] com a finalidade de efetuarem a cobertura da temporada azulina²⁶ [...]. **Gazeta de Sergipe**. 29/07/1962.

26. Refere-se à cor predominante do Confiança, o Azul.



No momento que o Confiança se firmava como equipe, paralelamente, a mídia local cumpria o papel de divulgá-lo e estimular o público a prestigiar os eventos futebolísticos. Destacam-se a seguir dois momentos que são interessantes para se observar esta iniciativa da mídia. No primeiro, vê-se a maneira ainda “singela” e amadora da iniciativa da mídia em associar o espetáculo esportivo à esfera da circulação do dinheiro ou da mercadoria, junto ao comércio, na ótica do mercado, mas destinado aos atletas; no segundo, dez anos depois, muda o foco da mídia: além do aumento do valor do prêmio, percebe-se que sua destinação agora é para potenciais consumidores do espetáculo esportivo, efetivando-se enquanto o produto da mídia (THOMPSON, 1998).

Ansiedade em Torno do Torneio Início.

Prêmios para os campeões do Torneio Início [...]. A Associação dos Cronistas Esportivos está angariando prêmios para os craques do quadro que se sagrar campeão [...]. Aderiram a essa campanha [...]:

Sapataria Elite	Um tubo grande de Byl Cream
Ótica Santana Ltda	Uma máquina fotográfica
Casa Ávila	Um estojo de Crocodilho (notas e níqueis)
Gruta Sergipana	Uma caixa de charutos “costa flor”
Confeitaria Oriental	Um litro de vermute

Diário de Sergipe, 07/07/1949.

Teste Esportivo

Qual a constituição do Selecionado Permanente que entrará em campo por ocasião do seu primeiro jogo?

Respondendo ao teste Esportivo você receberá como prêmio a importância de Cr\$ 1.000,00. Aqueles que acertarem a Constituição da Seleção serão chamados por este jornal para assistirem ao sorteio dos cupons. **Correio de Aracaju**. 04/06/1959.

Um fato importante na história do clube e que foi essencial nessa investigação, é quando o clube se separa da fábrica, o que ocorreu em 1955



na decisão do campeonato sergipano entre Sergipe e Confiança. Numa disputa por série de melhor em três (VIANA FILHO, 1994), o primeiro jogo, realizado no campo do Sergipe (Zona Sul), o Confiança venceu por 3 a 1; o segundo deveria ser realizado no estádio Proletário (do Confiança), construído naquele ano e com esse propósito. No entanto, a Federação marcou o segundo jogo para o mesmo local do primeiro, o que ocasionou desentendimento entre o Clube e a Federação, culminando com a saída do Confiança do campeonato - Joaquim Ribeiro, dono da Fábrica e do Clube, desanimou-se com o episódio, ameaçando acabar com todas as atividades esportivas do Confiança. Seus desdobramentos têm uma “marca” determinante na mídia, no tocante à sua volta aos gramados:

O Confiança afastou-se da liga Por Hildebrando de Souza Lima Os últimos acontecimentos esportivos que originaram o afastamento [...]. Mesmo admitindo que houvesse o campeão de 54 sofrido uma série interminável de perseguições e injustiças do presidente da F.S.D, Sr. Manoel Moura Filho [...], mesmo assim, achamos injustificável o seu afastamento da Liga [...]. Não usaremos esta coluna para fins desagregadores. Não sabemos onde está a razão, e por isso mesmo, não opinaremos contra ou a favor do Confiança [...]. Nos limitamos a comentar as ocorrências com imparcialidades [...] atribuindo tais atitudes como frutos de paixões exacerbadas, partidas de espíritos egoístas e inconformados [...] de elementos que nunca foram desportistas e que jamais compreenderam que o Esporte é a alegria e amizade entre os povos. **Mas o esporte sergipano não sofrerá tamanho golpe sem o nosso protesto. Batalharemos pelo seu soerguimento e combateremos por todos os meios ao nosso alcance contra àqueles que desejam a sua destruição [...]** (grifo nosso). *Sergipe Jornal*. 15/12/1955

O desenrolar deste acontecimento foi um grande movimento popular liderado pelos cronistas esportivos, que culmina em forma de passeata, saindo do centro da cidade de Aracaju até as proximidades do Clube, pedindo a volta do clube aos gramados. O Sr. Joaquim Ribeiro, envolvido emocionalmente por este momento, em discurso improvisado, diz que: “como é para o bem de todos e felicidade maior do

Confiança, o Confiança fica e a Fábrica sai, porque o Confiança não pertence mais à Fábrica, o Confiança, agora é do povo!" (um dos sujeitos da pesquisa – A, em depoimento a RIBEIRO, 1997; 2005).

O Confiança retorna no final de 1957, de forma espetacular, como “estrela” e ainda, aclamado por todos, com destaque para o amistoso com a equipe do Bonsucesso do Rio de Janeiro, que representa um dos grandes acontecimentos históricos em sua vida e para o futebol sergipano, assim narrado pelos os cronistas:

Confiança 3, Bonsucesso 1

Depois de perseguir durante mais de 30 anos o enorme tabu de não vencer um clube carioca, finalmente o football [sic] sergipano vibrou feliz com o feito da Associação Desportiva Confiança [...]; ficará para sempre na história do football [sic] entre nós – 17 de fevereiro de 1957 – como a data em que os grillhões da má sorte foram rebentados no espetacular feito do Confiança [...], poder desse clube magnífico que é sem dúvida o Confiança. [...] foi o Confiança senhor absoluto do gramado [...]. Negar méritos a vitória do Confiança é deslustrar a página mais bonita dentro do football [sic] sergipano [...]. Foi realmente uma tarde magnífica, e digna realmente do grande público a assisti-la. Debaixo do espoucar dos foguetes. Ouvindo aquele vozerio tremendo a lhe incentivar, o Confiança teve no 12º jogador – o torcedor – um forte fator a lhe empurrar para o triunfo. **Gazeta Socialista**. 20/02/1957.

Considerações Finais

Neste estudo, pudemos percebermos uma feliz relação: o “casamento” do esporte (futebol) com a mídia. Este, talvez, tenha sido o grande “achado” da pesquisa, até por que não se tratava de uma mídia “neutra”, que apenas relatava os fatos nos jornais, mas era, sobretudo, inspirado pela “Virtu”²⁷. Neste sentido, a criação da Associação dos Cronistas Es-

27. Na Filosofia, encontram-se vários significados deste termo, mas, é em Maquiavel – “o Príncipe” – que se recorre pelo seu sentido dado a “potência” humana, no sentido de mudar os destinos da Fortuna (do acaso, da sorte, do fortuito).

portivos de Sergipe (ACES)²⁸, em 1949, coincidentemente, o mesmo ano da entrada do Confiança no futebol federado, dá um impulso significativo à espetacularização do esporte, pois, esta Entidade passou a cumprir um papel diferenciado, promovendo jogos e torneios, isto é, agendando²⁹ o espetáculo esportivo. Com isto, estabeleceu também elos entre o público e o seu clube, assim como entre o comércio e o esporte. Para Gastaldo (2002, p. 24), “ser brasileiro pode ser revelado dentro de um estádio de futebol”; este argumento parece ser fundamental para os interesses publicitários, econômicos e políticos que perpassava o contexto do futebol sergipano, materializado no fetiche do Confiança.

Pode-se dizer que se hoje “a mídia está em toda parte e o esporte em toda mídia” (Betti, 1998), é porque se vê nela uma relação indissociável com o esporte, principalmente numa sociedade capitalista, cujo processo de mercadorização atribuiu formas simbólicas que são fetichizadas pelo espetáculo esportivo. Nos tempos de hoje, a indústria do entretenimento desempenha um papel promissor na expansão da mercadoria fetichizada em forma de espetáculo. Assume assim, um mecanismo poderoso de adesão da maioria da população a um modo de vida e a um modelo de consumo, representada pela Indústria Cultural (ADORNO e HORKHEIMER, 1985).

Entende-se que as produções culturais da mídia devam ser lidas em contextos sociais específicos. Assim se decifram seus significados e mensagens e se avaliam seus efeitos. Neste sentido, ao referir-se ao esporte e à mídia esportiva, numa pequena cidade da região do Nordeste do Brasil, na metade do século passado, compreende-se o contexto social/cultural que então se configura, até porque “o melhor modo de desenvolver teorias sobre mídia e cultura é mediante estudos específicos dos fenômenos concretos contextualizados nas vicissitudes da sociedade e da história contemporâneas” (KELLNER 2001, p.12).

Neste sentido, vê-se que se “o marketing é uma complexa teoria mercadológica, da qual o campo do lazer também está se apropriando” (HUBNER, 2004 p.151), nosso entendimento é de que isto já acontecia na pequena Aracaju,

-
28. ACES, como já foi visto, passa a ser o “braço direito” do esporte-espetáculo, mas principalmente, por que era composta de jornalistas (que faziam a imprensa diária) e que eram vinculados à um Jornal de grande circulação no Estado.
29. Ver Fausto Neto (2002) e Mezzaroba (2008).



principalmente, nas décadas de 1940 a 1960, com a Associação Desportiva Confiança. Suas estratégias, na relação fábrica e clube, proporcionaram uma aproximação entre o público (potenciais consumidores) e a venda (dos tecidos, bem como dos ingressos nos estádios), mediado pela ACES garantindo assim, o *valor* deste bem simbólico chamado futebol.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.W.; HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ANTUNES, F. M. R. Ferreira. O futebol nas fábricas. *Revista USP*, nº 22:102-109, junho-agosto. São Paulo: USP, 1994.

BETTI, Mauro. *A Janela de vidro: esporte, televisão e educação física*. Campinas/SP: Papirus, 1998.

BRACHT, Valter. *Sociologia crítica do esporte: uma introdução*. Porto Alegre: Magister, 1997.

COLETIVO DE AUTORES. *Metodologia do ensino da educação física*. São Paulo: Cortez, 1992.

FAUSTO NETO, Antônio. Agendamento do esporte: uma breve revisão teórica e conceitual. *Revista da Comunicação*, São Leopoldo: UNISINOS, 2002.

GASTALDO, Édison. *Pátria, chuteiras e propaganda: o brasileiro na publicidade da copa do mundo*. São Paulo: Annablume, 2002.

HUBNER, Daniel Braga. *Marketing*. In: *Dicionário crítico do lazer*. Org. GOMES, Christianne Luce.. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru-SP: EDUSC, 2001.

MELO, Victor Andrade de. *Cidade esportiva: primórdios do esporte no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

MEZZARROBA, Cristiano. *Os Jogos Pan-americanos Rio/2007 e o agendamento midiático-esportivo*: um estudo de recepção com escolares. 2008. Dissertação (Mestrado em Educação Física). PPGEF, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

NOBREGA, Clemente. Queremos você! *Revista Exame*. 21 de abril de 1999, p. 92 a 114.

PRONI, Marcelo Weishaupt. *A metamorfose do futebol*. Campinas: Unicamp, 2000.

RAGO, L. M. e MOREIRA, E. F.P. *O que é o taylorismo*. São Paulo: Brasiliense, 2003.

RIBEIRO, Sérgio Dorenski D. *Amadorismo/Profissionalismo*: suas relações com o trabalho na história de um clube de fábrica. Monografia de final de curso. Departamento de Educação Física: UFS, 1997.

_____. *Da Fábrica ao campo de futebol, vender tecido e vender espetáculo*: tecendo os fios da história de um “casamento feliz”. Dissertação de Mestrado (em Educação Física). PPGEF, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

_____. *Jornalismo esportivo e futebol em Aracaju*: recortes históricos de um “casamento feliz”. Porto Alegre: Anais do XIV Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 2005a.

SILVA, Maurício Roberto da. *Trama doce-amarga*: (exploração do) trabalho infantil e cultura lúdica. São Paulo: Hucitec, 2003.

SOUSA, Antônio Lindvaldo. *Disciplina e resistência - cotidiano dos operários têxteis em Aracaju* (1910 a 1930). Monografia de Final de Curso. Aracaju: UFS, 1991.

THOMPSON, John B. *A Mídia e a modernidade*: uma teoria social da mídia. Petrópolis/RJ: Vozes, 1998.

VIANA FILHO. Já nasceu grande! In: *Gazeta de Sergipe*, abril, p.2. Aracaju, 1994.