

O gosto musical do Neymar: pagode, funk, sertanejo e o imaginário do popular bem sucedido

The musical taste of Neymar: pagode, funk, sertanejo and the successful popular imaginary

Felipe Trotta

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Departamento de Estudos Culturais e Mídia (Universidade Federal Fluminense) e pesquisador do CNPq e da Faperj. Doutor em Comunicação e Mestre em Musicologia, foi editor da Revista E-Compós e vice presidente da IASPM-AL. É autor dos livros *O samba e suas fronteiras* (Ed.UFRJ, 2011) e *No Ceará não tem disso não* (Ed. Folio Digital, 2014) e. Diversos artigos sobre música e sociedade.

E-mail: trotta.felipe@gmail.com

Marco Roxo

Professor e Vice-Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Departamento de Estudos Culturais e Mídia (Universidade Federal Fluminense). Editor da Revista *Contracampo*. É um dos organizadores das coletâneas *Intelectuais Partidos: os comunistas e as mídias no Brasil* (Epapers/FAPERJ, 2012), *Televisão, História e Gêneros*. (Multifoco, 2014) e suas pesquisas atuais têm como foco as relações entre televisão, esporte e nacionalidade.

E-mail: marcos-roxo@uol.com.br

SUBMETIDO EM: 29/09/2014

ACEITO EM: 24/11/2014

DOSSIE

RESUMO

A intensa midiaticização em torno do craque Neymar nos últimos anos tem produzido uma grande mitificação do atleta como uma espécie de jogador-ideal, tomado como símbolo de diversas características positivas da nacionalidade. Neste texto, vamos refletir sobre sua recorrente associação com artistas do mundo da música e sua vinculação simbólica a certos pensamentos que aproximam sua narrativa mitificada de herói nacional com a ideia de ascensão social pelo talento, narrativa cara ao individualismo capitalista. É o gosto musical do Neymar que pode nos revelar nuances e contradições de uma narrativa de bem estar financeiro e individual oriunda do que poderíamos chamar de “cultura popular”, atravessada pela ideia de esforço, talento e ascensão.

PALAVRAS-CHAVE: Neymar; Música Popular; Cultura Popular; Individualismo.

ABSTRACT

The intense media coverage around the player Neymar in recent years has produced a great mystification of the player, taken as a symbol of various national characteristics of Brazil. This paper aims to think about the connection between Neymar and music artists, as well as his symbolic attachment to certain thoughts that join the mythical narrative of national hero with the idea of social mobility for talent, typical of the capitalist individualism. It is the musical taste of Neymar that can reveal the nuances and contradictions of a welfare narrative developed from a “poor” environment, closely linked to the ideas of talent and social ascension.

KEYWORDS: Neymar; Popular Music; Popular Culture; Individualism.

A vinculação de jogadores de futebol com astros da música não é novidade. No Brasil dos anos 1970, Pelé expunha de forma recorrente na mídia sua aproximação com o popularíssimo cantor Wilson Simonal, que chegou a embarcar junto com a Seleção Brasileira para a Copa do Mundo do México e gravar música de autoria do rei dos gramados (Alonso, 2011a). Mais recentemente, o casal formado pela estrela pop colombiana Shakira e o craque espanhol Piqué talvez seja um exemplo bastante contundente de aproximação (no caso, conjugal) entre o mundo da bola e dos palcos musicais.

Com bastante frequência, as atividades de lazer de jogadores estão associadas a eventos musicais (shows, bailes, festas) e são noticiadas com destaque pela mídia esportiva. Em boa parte desse noticiário, sublinha-se uma inadequação entre atividades lúdico-musicais e a vida do atleta, destacando o ambiente noturno, a bebida e o sono irregular como inibidores do desempenho dos jogadores em campo. Um caso bastante emblemático é do jogador Adriano, que durante o ano de 2009, jogando pelo Flamengo, protagonizou diversas manchetes em variados jornais e revistas que sublinhavam sua aproximação com traficantes e os trânsitos sociais inadequados percorridos pelo atleta entre bairros de alto poder aquisitivo e favelas perigosas (Mendonça, 2012).

Em outros momentos, contudo, a prática musical é narrada pela imprensa como atividade de descontração, que demonstra tranquilidade e força coletiva, podendo ser traduzida positivamente em campo. O caso de Neymar parece situar-se mais confortavelmente nesse segundo grupo, uma vez que suas incursões em atividades musicais não parecem incomodar os jornalistas esportivos, sendo, antes, associadas à irreverência, leveza e ao próprio talento do craque.

De um modo geral, a aproximação do jogador com o universo da música segue três caminhos. Primeiramente, através da comemoração de gols. Dançar coreografias específicas na comemoração de gols é um ato amplamente conhecido nos gramados. Dezenas de câmeras apontadas para os segundos que seguem a conversão de um gol produzem uma visibilidade ímpar para o artilheiro do momento. O futebol na televisão é um espetáculo televisivo e como tal cada detalhe é amplificado e ganha destaque, sobretudo no momento crucial do jogo, o gol. Nesse sentido, jogadores de grande projeção midiática são capazes de promover uma música ou artista de um modo bastante intenso quando acionam coreografias em seus gols. Parte do sucesso internacional da canção “Ai se eu te pego”, interpretada por Michel Teló, pode ser creditada a menos de 10 segundos de comemoração do craque português Cristiano Ronaldo, no início de 2011. A curiosidade da imprensa futebolística apresenta espontaneamente a música a um público gigantesco de sua audiência, divulgando a circulação da mesma. Neymar reproduziu a coreografia de “Ai seu eu te pego” em alguns gols, mas tratou de incorporar essa estratégia ao seu vocabulário de comemorações e obteve grande projeção em pelo menos dois casos: a dança de “Eu quero tchu, eu quero tcha” em 2012 e o “Ah! Lelek lek lek” (também conhecido como “Passinho do Volante”) em 2013. No primeiro caso, o jogador divulgava a música de lançamento da dupla sertaneja João Lucas e Marcelo, cuja letra descreve uma inusitada aproximação do sertanejo com o funk que tem como resultado ‘uma dança sensual’ que ‘pegou’ em todo o Brasil. Já no caso do “Passinho do Volante”, os funkeiros MC Federado e os Leleques narram uma coreografia que simula um giro de um volante de automóvel que “gira prum lado,

gira pro outro” com as mãos. Vale destacar que a coreografia é componente importante de determinados gêneros musicais de ampla popularidade (como o axé, o funk e o pagode), estimulando movimentos coordenados dos dançarinos no contexto das festas e bailes. A comemoração do gol transporta a dança para os gramados em um momento de intensa alegria e festa, vivenciada por pouquíssimos segundos dentro do campo, e, fora do jogo, em um espaço temporal suspenso entre a festa e o esporte.

Uma segunda aproximação de jogadores de futebol com astros da música é na participação especial em videocliques. A imagem dos jogadores empresta prestígio e visibilidade ao artista, ampliando o alcance da música e, ao mesmo tempo, estabelecendo uma conexão com o universo lúdico do futebol. Normalmente são atletas de reconhecido talento que aparecem em clipes de artistas da música, quase sempre associados tematicamente a um contexto de futebol. Um caso interessante, novamente, é o da canção “Eu quero tchu eu quero tcha”. Veiculada na prestigiadíssima telenovela “Avenida Brasil” (que atingiu índices de público bem acima da média do horário), a música ganhou – depois da comemoração de Neymar – um videoclipe detalhadamente produzido, cuja narrativa visual gira em torno do mundo do futebol. O clipe se inicia com Neymar (com uma camisa amarela) batendo um pênalti e correndo para comemorar. O público do estádio e fora dele (ouvindo pelo rádio ou vendo pela tv) permanece impassível e não vibra com o craque até que ele inicie a dança do “tchu tcha tcha”. O resto do clipe mostra os jogadores, público e os artistas dançando a coreografia, em uma explosão de alegria festiva. Outro caso mais recente é o da música “Caraca, muleque”, lançada pelo cantor de pagode Thiaguinho em 2014. A música descreve um dia lindo no qual o cantor-personagem convida a todos para um dia de lazer na praia, com cerveja e ‘pagodinho’. Neymar é um dos convidados do cantor, aparecendo nos *frames* iniciais do clipe (momento em que recebe uma mensagem pelo celular com o convite para praia) e nas cenas da praia, onde joga bola, canta e ri junto com o cantor e dezenas de amigos.

Um terceiro tipo de aproximação entre jogadores de futebol e cantores é a participação em shows, seja como público ou (mais raro) no palco. Lançados aos palcos, os jogadores costumam protagonizar algum embaraço suplantado apenas pelo carisma de um astro midiático amplamente conhecido que empresta seu prestígio ao artista em questão. Uma pesquisa no Youtube revela a presença de Neymar com certa frequência dividindo palco com seu amigo pessoal Thiaguinho, além de shows dos sertanejos Gustavo Lima e Michel Teló.

Todas essas formas de interação entre celebridades da música e do futebol estabelecem um terreno comum de midiaticização e visibilidade entre os dois universos, aparentemente bastante distintos. O que queremos destacar aqui é que tal aproximação ocorre no contexto simbólico e imaginário do universo “popular”, que se faz presente nas trajetórias pessoais de jogadores de futebol e cantores, sobretudo os que estão vinculados a determinados gêneros musicais. A marca de origem e o reforço de gostos compartilhados funcionam como vetores de identificação individual e coletiva, estendida pela exposição midiática a um público numeroso, com potencial não somente para reconhecer tal aproximação, mas também para identificar-se com esses demarcadores “populares”. O caso de Neymar é talvez apenas mais um caso recente (e eloquente) que sublinha o intenso contato entre artistas da música e “boleiros”, estabelecendo um campo comum de narrativas e estereótipos entre os dois espaços profissionais, amplamente midiaticizados.

1. OS REPERTÓRIOS MUSICAIS DO NEYMAR

Mas o que tem de tão especial assim no gosto musical de Neymar? Possivelmente, o que o gosto do jogador revela não é algo excepcional, mas, ao contrário, sua vinculação ao comum. Toda excepcionalidade da narrativa mítica em torno do craque se dissolve em suas preferências musicais, que apontam para gêneros e circuitos de experiência musicais de ampla popularidade. Se tomássemos as pesquisas de Pierre Bourdieu sobre gosto como referências absolutas, seria relativamente fácil associar o “capital cultural” de Neymar ao conjunto de “disposições estéticas” de um determinado perfil sociocultural no qual ele se inclui, ao menos parcialmente. Para o sociólogo francês, existe uma correspondência entre a “hierarquia socialmente reconhecida das artes” e “a hierarquia social dos consumidores. Eis o que predispõe os gostos a funcionar como marcadores privilegiados da ‘classe’” (Bourdieu, 2007). De modo geral, no Brasil, o universo dos jogadores de futebol é um ambiente masculino e “popular”, isto é, frequentado desde as escolinhas por garotos de baixo poder aquisitivo que depositam na profissionalização no esporte a esperança de uma ascensão social súbita e radical. Ainda que essa ascensão ocorra para uma parcela bastante reduzida desse imenso grupo social, o imaginário do sucesso individual através da bola é forte o bastante para movimentar toda a engrenagem que mantém o esporte como o mais popular no país, absorvendo imensos contingentes de pessoas de estratos sociais mais baixos. “Bourdieuianamente”, tais estratos sociais têm menos acesso à educação formal de qualidade e apresentam predileções estéticas que de alguma forma se relacionam com seu pertencimento social, quase sempre girando em torno de determinados gêneros musicais específicos, pouco legitimados pela crítica.

Ainda que possamos concordar em linhas gerais com uma certa tendência de predileções estéticas que possa confirmar a teoria de Bourdieu, sua interpretação sobre a homologia entre classe e gosto ignora nuances que, no nosso entender, são significativas. A diversidade das chamadas “classes populares” é suficientemente grande para duvidarmos de um gosto musical comum que atravesse todas as diferentes inserções nesse contexto tão amplo. Associar um gosto comum a uma posição sociocultural diretamente seria ignorar tensões entre, por exemplo, “funkeiros” e “evangélicos”, demarcadores de posições culturais e repertórios musicais radicalmente distintos e, não raro, em litígio. Indo mais além, a própria classificação “funkeiro” ou “evangélico” deve ser pensada como uma simplificação, que esconde contradições e complexidades, que por sua vez também são manifestadas nas predileções musicais.

Mais interessante do que buscar práticas musicais que sejam próprias ou diretamente relacionadas a determinados setores da sociedade seria pensar em determinadas músicas que apresentam narrativas, sonoridades e temáticas que atingem de modo mais amplo a população. Assim, ao serem difundidas em larga escala, tais repertórios são apropriados por sujeitos de diversos estratos sociais. Na prática, esse público seria formado majoritariamente por indivíduos de baixo poder aquisitivo, seguindo a divisão piramidal de nossa sociedade. Funk, pagode e sertanejo são alguns dos gêneros musicais que se associam no imaginário nacional a um contexto popular, absorvendo estereótipos específicos sobre as predileções, desejos, estilos de vida e hábitos culturais do “povo”. Desta forma, não seriam músicas adotadas, exclusivamente, pelos estratos de menor poder aquisitivo e educação formal da sociedade, mas sim gêneros que desenvolvem narrativas sobre tal grupo populacional. Não queremos, com isso, negar que haja uma ampla predileção de tais setores para com o funk, o pagode e o

sertanejo, mas apenas destacar que tais preferências estéticas são construídas também através de narrativas que reforçam (e, às vezes, tensionam) essa associação. Adicionalmente, devemos ter em mente que cada um dos gêneros valoriza determinadas narrativas sobre o modo de ser do popular, misturando ingredientes que tornam o debate ainda mais complexo.

Historicamente, o samba se consolida como gênero musical no Rio de Janeiro através da atuação de grupos de músicos oriundos dos morros e favelas da primeira metade do século XX. Sua amplificação para todo o cenário nacional através da rádio produz uma elaboração sobre o pensamento oficial da Nação sobre os “pobres”, resultado em uma síntese cultural deste grupo social, majoritariamente negro, em tensão permanente com as elites brasileiras da época, quase totalmente brancas (Sandroni, 2001). De certa forma, a trajetória do samba e dos sambistas desde os anos 1910-1920 até a década de 1980 pode ser contada como um contínuo de esforços rumo à sua legitimação cultural, conquistada ainda que de forma precária e contraditória através das ideias de nacionalidade, autenticidade e informalidade. Neste projeto, ações de mediadores culturais (empresários do rádio e do disco, jornalistas, cronistas, escritores, cantores de prestígio, financiadores diversos e etc.) foram fundamentais para dissolver o estigma negativo do popular no samba e transformá-lo em símbolo nacional (Vianna, 1995). Neste percurso, surge na década de 1980 uma nova classificação musical relacionada ao samba que enfatiza seu pertencimento comunitário e popular, de forma pejorativa: o “pagode”. O termo pagode passou a ser empregado para designar espaços e atividades de samba não reguladas e informais, nas quais o encontro de pessoas de baixo poder aquisitivo produzia assombro, transtornos e deslocamentos. Na década seguinte, o termo será novamente empregado para designar uma produção musical avaliada pela crítica como de baixa qualidade, de melodias fáceis, refrões pouco criativos e... coreografias! É a partir do pagode dos anos 1990 que o samba atinge índices comerciais de popularidade antes impensáveis e pavimentam um sucesso robusto que se espalha por toda a sociedade, das altas esferas da elite aos encontros semanais de favelas e subúrbios (Trotta, 2011). Ainda associado ao contexto de formação e estruturação do samba no mercado musical brasileiro, o pagode negocia esse pertencimento propriamente popular através de uma intensa ênfase no aspecto comunitário, na alegria e na festa dos encontros.

Em rara pesquisa quantitativa sobre os hábitos de consumo musical na localidade da Maré no Rio de Janeiro, o Grupo Musicultura¹ observa que o pagode é apontado como gênero preferencial por mais de 50% dos jovens de 15 a 19 anos entrevistados (Musicultura, 2011, pág. 354). No segundo lugar, na mesma pesquisa, o funk é mencionado por 15% dos entrevistados. A enorme diferença entre um e outro pode ser parcialmente entendida através desse mesmo percurso de legitimação. Se, por um lado, o samba e o pagode conquistaram com o passar das décadas uma posição de prestígio ambígua mas eficaz no imaginário nacional, os 30 anos de existência do funk ainda não permitiram que o forte preconceito e estigma contra o gênero ainda apareçam de modo bastante explícito em diversas ocasiões. Possivelmente, entrevistas e pesquisas de gosto possam ser incluídas em uma dessas situações.

Surgido na década de 1980 a partir de apropriações da música eletrônica norte-amer-

¹ O Grupo Musicultura é um coletivo de pesquisa coordenado por Samuel Araújo (UFRJ) e formado por Adriana Bezerra do Nascimento Pinheiro, Alexandre Dias da Silva, Ana Paula da Silva Lima, Ana Paula Gonçalves Chuengue, Bárbara Macedo Mendonça, Caroline dos Santos Maia, Dayana Lima da Silva, Diogo Bezerra do Nascimento, Fábio Monteiro de Melo, Elizabeth Moura de Oliveira, Elza Maria Cristina Laurentino de Carvalho, Jefferson Silva de Paulo, Júlia Mendes Selles, Kleber Merlim Moreira, Marcos André Silva de Farias, Mariluci Correia do Nascimento, Patrick Ferreira Risse dos Santos, Paula Ribeiro da Conceição, Rebeca Cardoso Luciano, Renata Alves Gomes, Scheider Ferreira Reis de Souza, Suelen Alexandre da Silva e Yasmin de Souza Rodrigues.

icana (notadamente o estilo conhecido como “Miami bass”), o funk se desenvolve nas favelas do Rio de Janeiro como música “jovem, negra e favelada”. Continuamente demonizado pela imprensa nacional, o gênero materializa sonoramente diversos preconceitos contra os “pobres”, que se manifestam também, de forma contraditória em uma curiosidade sobre ele (Herschmann, 2005). Movimentos paralelos de suavização e proibição do funk são publicizados, cotidianamente, em diversos fóruns, produzindo um emaranhado de afetos positivos e negativos que cercam o gênero e metonímia de tensões sociais. Jovens negros habitantes de favelas e morros cariocas formam um grupo social “perigoso”, costumam andar em grupo e ouvir música em alto volume. A sonoridade áspera do funk (manipulação eletrônica de sons, estilo vocal anasalado e com intensa repetição de notas, afinação oscilante, ênfase em temáticas agressivas, gestual expansivo e volume ampliado) condensa o medo e a sedução dessa juventude, que são experimentados de forma variada pelos diversos estratos sociais que interagem (ou são obrigados a interagir) com o funk. Recentemente, incursões de artistas do funk no mundo pop e comercial da música (como Naldo, Anitta, Mr. Catra e até mesmo Valeska) e a emergência do chamado funk ostentação em São Paulo começam a ampliar o escopo de preconceitos que o gênero carrega. Se, do lado mais pop, o funk se aproxima de estéticas cosmopolitas e dançantes da *pop music* internacional anglófona, a novidade do funk ostentação levanta questões relativas ao consumo de luxo e a uma aparente discrepância entre um gênero estreitamente vinculada a setores de baixo poder aquisitivo e a apologia a marcas de roupas, carros e do dinheiro em sua forma mais direta.

No mercado musical brasileiro atual é possível observar uma convergência estética bastante evidente nos gêneros de maior circulação comercial. Ao mesmo tempo, a vinculação de determinados gêneros com estados e cidades fica cada vez mais frágil. Se há duas ou três décadas era fácil vincular o forró a certos estados nordestinos (notadamente Pernambuco e Ceará), o funk ao Rio de Janeiro e o sertanejo ao interior de São Paulo e Goiás, atualmente essas certezas regionais (que também são uma simplificação) se dissolveram. O funk ostentação e o pagode paulistas, o forró universitário carioca e o sertanejo do Sul são alguns exemplos de apropriações musicais que colocam em xeque a associação entre músicas e regiões. Sob o ponto de vista (e escuta) estético, é possível notar uma busca recorrente de artistas de vários campos musicais por fusões e intercâmbios, gerando novas sonoridades e complicando as classificações mais rígidas. Um dos gêneros musicais que mais tem se tornado elástico nesse processo é a chamada música sertaneja, sobretudo em sua vertente mais recente, sintomaticamente apelidada de “universitária”. Destacando mais a faixa etária de cantores e públicos do que exatamente uma vinculação escolar, os artistas do sertanejo universitário incorporam procedimentos musicais e performáticos de vários outros gêneros, transitando da música caipira tradicional ao funk, da música eletrônica ao rock pesado, do forró à música romântica. Tendo surgido entre as décadas de 1970 e 1980 com uma proposta clara de modernização da música rural tradicional, a música sertaneja passou por diversas transformações em suas quase quatro décadas de hegemonia comercial (Alonso, 2011b). Se o objetivo das duplas no início dos anos 1980 era narrar um universo rural que já não podia ser mais entendido como atrasado ou inculto (Nepomuceno, 1999), o sertanejo do século XXI finca referências no tecido urbano, descrevendo situações e absorvendo sonoridades historicamente vinculadas aos jovens das cidades grandes e médias. Bares, *pick ups* equipadas com poderosos equipamentos de som, carros, motos, asfalto, bebidas, festas e alegria são narrados com teclados, guitarras, bateria e até mesmo alguma manipulação eletrônica de sons. Mesmo o canto em terças, característica mais marcante do sertanejo midiaticizado da

década de 1980, deixou de ser uma presença obrigatória e passou a ser adotado apenas em determinados momentos. Artistas como Michel Teló, Gustavo Lima e Luan Santana apresentam narrativas sobre o jovem contemporâneo que deslocam ênfase em pertencimentos geográficos ou de classe, construindo uma identificação ampla em torno de ideias gerais sobre festa, sexualidade e consumo.

Porém, o sertanejo universitário ressent-se de legitimidade estética reconhecida pela crítica cultural, que costuma apontar uma má qualidade de sua produção. Em uma manobra retórica que associa desqualificação estética com popularidade, elaborada sobre um terreno de preconceitos contra a origem rural dos gêneros musicais e a sotaques não-cariocas e não-paulistas, o sertanejo se vincula a um contexto “popular” de baixa valorização, sendo expressão de um gosto musical mais rude, pouco sofisticado e simplório. Neste esquema confuso de depreciações, as predileções musicais de jogadores de futebol que elegem artistas da música sertaneja fecham um circuito cultural que reforça os pertencimentos de ambos a uma ideia elástica de “popular”.

Por outro lado, é possível observar que os três gêneros musicais (funk, pagode e sertanejo) apresentam, simultaneamente, uma marca de origem que fala sobre o popular em sua posição inferiorizada na hierarquia social e uma narrativa de cantores, personagens de canções como indivíduos que ascenderam. Muito explícita no funk ostentação, mais dissimulada no sertanejo, e eufemizada sob a ideia de alegria no pagode, a ideia de sucesso profissional individual é um tema constante nas performances e canções de vários dos cantores vinculados aos três gêneros. A noção individualista de ascensão pessoal pelo talento estabelece uma identificação simbólica e retórica com a consagrada narrativa de sucesso dos jogadores de futebol, também construída fortemente em torno de uma ideia de mérito e esforço.

2. MITOS DO FUTEBOL: O IMAGINÁRIO POPULAR DO SUCESSO

Neymar não é um caso isolado de narrativa de ascensão social pelo talento futebolístico. Com frequência, a trajetória de ídolos do futebol é apresentada como uma história de superação pela habilidade com a bola. O craque colombiano James Rodriguez, por exemplo, destaque da Copa do Mundo de 2014, é apresentado pelo jornal argentino Clarín com uma manchete sintomática: “De pedir monedas para el colectivo en Luis Gillón a romper el mercado europeu” (22/07/2014). Este tipo de apresentação da ascensão profissional, transcendendo da pobreza à riqueza, do anonimato ao estrelato se materializa em narrativas destas trajetórias que valorizam o uso autocontrolado do tempo para não permitir que trabalho e lazer fútil se confundam. O valor é resultado, portanto, de uma satisfação adiada, ou seja, o esforço individual do trabalho duro, metódico e árduo, que visa acumular habilidades capazes de projetar e gerar compensações futuras para o indivíduo em sua área de atuação(Weber, 2001)².

A questão do autocontrole perpassou a profissionalização das práticas esportivas. A ênfase no alto rendimento diz respeito aos papéis exercidos pelas agências de governança esportivas na regulação dos esportes e de um calendário de competições, bem como envolve os meios de comunicação na popularização e comercialização dessas práticas. Atletas como Neymar se veem envoltos em uma cadeia de obrigações mú-

² O depoimento de Geisa Arcanjo, arremessadora de peso da seleção brasileira de atletismo e sétima colocada no ranking mundial ilustra bem esse aspecto do ascetismo profissional “Pensei que poderia ter uma vida normal, mas não é assim. Atleta é atleta vinte e quatro horas por dia. Como diz uma frase que o meu técnico (o cubano Justo Navarro) me mandou: ‘sofra hoje, mas viva como uma campeã’”. Ver <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2014/09/1523660-querer-ser-normal-acabou-comigo-diz-revelacao-brasileira-do-atletismo.shtml>. Acessado em 29/09/2014.

tuas nas quais o prestígio adquirido tem como contrapartida o atendimento às expectativas de dirigentes, patrocinadores e torcedores. A visibilidade e circularidade das imagens de determinados atletas permitiu que estas fossem apropriadas de diversas formas por fãs e outras categorias de indivíduos. Diante disso, o atleta de alto nível e performance nunca representa apenas a si, mas as unidades sociais mais vastas como a cidade, a região ou o país (Dunning, 1985)³.

Tudo isto obriga o atleta a ter uma motivação contínua, planejamento de longo prazo (visando disputas em torneios como Copas do Mundo), um autocontrole rigoroso e a renúncia às gratificações imediatas (festas, baladas e etc.) em prol das exigências do treinamento sistemático, metódico e rigoroso. Estas exigências parecem alheias a própria vontade do indivíduo, pois são tidas como necessárias para a manutenção do desempenho e o alcance do sucesso⁴.

Evidentemente que trabalho duro, planejamento, organização e método não são atributos apenas de atletas. Envolve a “sobrevivência” de indivíduos em quaisquer atividades com alto grau de competitividade.⁵ Portanto, são atributos exigidos executivos, profissionais liberais e lideranças políticas e mesmo determinados artistas, cujas histórias de sucesso são divulgadas pelos meios de comunicação e servem como modelo de conduta para outras categorias de indivíduos. Neste sentido, os atletas de alta performance fazem parte dos grupos de referência cujos padrões outros indivíduos devem seguir (Dunning, 1985)⁶.

Esta forma, a circulação destas histórias no formato de reportagens, vídeos ou documentários são capazes de ajustar a idolatria nos termos do ascetismo profissional. As trajetórias de sucesso de ídolos como Neymar parecem fazer mais sentido para uma audiência massiva quando traduzidas em histórias centradas em dramas e atributos individuais como talento, força de vontade, raça, persistência do que quando explicadas por arranjos mais complexos como os esquemas althusseriano ou foucaultiano. De um lado, o tipo de mobilidade ascendente e lugar ocupado por atletas de alto nível como “grupos de referência” guardam relação com uma ordem social moderna regida pela democratização funcional da sociedade. Neste tipo de regime, as hierarquias sociais são mais instáveis, pois cada vez mais reguladas pela competição individualista e divisão social do trabalho que por esquemas mais tradicionais de relações de ordens, classes, autoridade, sexo e idade (Dunning, 1985). De outro, a sociabilidade atual é caracterizada por um maior pluralismo e instabilidade dos modos de vida tradicionais. Diante de um ambiente de incertezas, o consumo de histórias retratando a saga e os

3 Técnicos de futebol credenciam essas associações entre a performance dos atletas, o nacional e o global. Para Muricy Ramalho, Neymar “é puro improviso, algo que não que você não vê mais no futebol brasileiro”. Para Dunga, Neymar “é referência no futebol brasileiro e mundial, é lógico, gosta de competir, gosta de vencer. É um jogador que tem que ser cobrado, instigado, toda hora apostar com ele, ele gosta disso, de ser desafiado e provocado”. Ver O Globo, 01 de maio de 2011 e 25 de setembro de 2014.

4 A associação entre o talento futebolístico e as exigências do treinamento duro e sistemático são encontradas nas biografias dos jogadores Arthur Antunes Coimbra, o Zico, cuja formação atlética e o uso intenso da musculação ainda nos 1970 para suprir a magreza e fragilidade física o tornou conhecido como “jogador de laboratório” (ver Helal, 2003), e Édson Antunes do Nascimento, Pelé, cujos relatos autobiográficos atestam os efeitos do treinamento intenso no seu corpo e nos jogos (Ver Silva, 2008).

5 O depoimento do técnico Levir Culpi, do Atlético Mineiro, sobre Ronaldo Gaúcho, ilustra bem a exigência deste ascetismo: “O Carlinhos Neves (preparador físico do Atlético-MG) me falou uma coisa interessante: o problema do Ronaldo nesse momento é que ele quer jogar futebol mas não quer pagar o preço da preparação que o futebol exige nos dias de hoje”. Ver <http://m.sportv.globo.com/site/programas/bem-amigos/noticia/2014/09/levir-revela-briga-com-ronaldinho-nao-quer-pagar-preco-da-preparacao.html>.

6 É interessante observar as reclamações de Garrincha em relação a estas exigências de treinos diários, exames físicos constantes, encarados por ele em meados dos anos 1960 com algo entediante e monótono contrariando a visão do futebol como algo extremamente acolado as formas espontâneas de lazer popular. Ver Andrade, Joaquim Pedro de. “Garrincha, alegria do povo”. Documento. Isto tem certo sentido com as observações de Pelé, para quem o sucesso “não é acidente. É trabalho, perseverança, aprendizado, estudo, renúncia e, acima de tudo, muito amor àquilo que se está fazendo, ou preparando-se para fazer”. O mais interessante é que isto foi proferido numa palestra para empresários para os quais os atletas de alto rendimento se tornaram grupo de referência por saberem lidar com as características associadas à competição e ao mercado: insegurança, incerteza compensadas por “muito amor” pelo que se faz. Ver http://www.terra.com.br/istoedinheiro/239/negocios/239_pele_garoto_propaganda2.htm.

feitos heroicos dos atletas pelos meios massivos parece funcionar como uma âncora identitária (Freire Filho, 2003). Assim, estas narrativas exalam características e qualidades pessoais que configuram elos entre performance atlética e um estilo de vida capaz de conectar estes ídolos com os seus fãs⁷. A imitação e a reprodução deste estilo por parte dos fãs é indicativo do circuito orientador do processo de criação coletiva de valores na cultura popular contemporânea⁸.

Temos assim um arranjo no qual a noção de estilo de vida parece dissolver ainda mais as hierarquias não associadas à competição libertando os indivíduos para gerir suas identidades através da experimentação, imitação e auto-expressão possibilitada pela via do mercado de consumo de bens simbólicos e culturais. Fiske (1989 e 1992) apontou e exaltou a importância libertadora do consumo ao relacionar a intensa circulação de mercadorias culturais e a idolatria e as formas como elas são apropriadas e ressignificadas por partes dos “subordinados”⁹. O importante é que esse debate traz à baila as relações entre esporte, cultura popular e hegemonia ao chamar a atenção para os modos como indivíduos comuns se apropriam de forma aparentemente espontânea e instintiva das narrativas míticas que circundam a saga de determinados ídolos esportivos.

Gramsci (2002) chamava este caráter espontâneo e instintivo das massas de “senso comum” e asseverava a importância de vermos suas formas de exploração por ideologias e filosofias mais coerentes. Para ele, essas ideologias não apareciam de forma clara na cultura popular. Elas compunham seus depósitos mais estratificados e historicamente sedimentados conformando tradições conversadoras que compunham as mitologias da moral popular. Para Gramsci (2000), o mito era um tipo de narrativa que por não ser nem uma utopia desvairada nem um raciocínio doutrinário, continha vestígios uma ideologia organizada cujo aspecto funcional era atuar como uma fantasia concreta, despertando e organizando o consenso, formando a vontade coletiva de um povo antes disperso e apático por estar preso a crenças sem importância para a ação política. As façanhas descritas, ao serem lembradas, são capazes de ativar os desejos e sentimentos de um grupo cuja identificação com o personagem se estrutura através do simbolismo de feitos heroicos e proféticos¹⁰.

Este arranjo tem por base as concepções de Sorel (1992) apontando que o mito é formado por um bloco de imagens capaz de ser utilizado para potencializar os pensa-

7 A noção de estilo é tida aqui como uma das formas que os indivíduos passaram a organizar suas identidades em meio ao abalo do senso de pertencimento dos mesmos a comunidades mais estáveis. Sennet (1993, p. 185) associou esse tipo de organização a secularização e ao advento da personalidade como uma força social do capitalismo moderno. Para ele, Marx anteviu que a ideologia do individualismo iria se desenvolver, popularizar e abalar tradições mais coletivistas através do consumo ao intuir que as mercadorias estavam se tornando cada vez mais uma aparência de coisas capazes de expressar a personalidade do comprador.

8 Ao transitarmos por clubes como Canto do Rio, em Niterói, e Audax, São João de Meriti, era impressionante o número de garotos imitando o estilo Neymar: cabelos pintados de louro e com o corte “moicano”, estilo “descolado”, com calças justas, agarradas no corpo. É difícil vermos outras gerações de craques como ícones da cultura pop. Zico e Pelé, por exemplo, jogaram em uma fase em que não havia mídias sociais e digitais e a televisão estava numa era marcada pela “escassez de canais”. Isto talvez explique a menor visibilidade midiática desses craques fora dos campos de futebol, mas dentro destes eles foram beneficiados em algum grau pelas tecnologias do replay. Sobre crianças imitando o estilo Neymar ver <https://www.youtube.com/watch?v=rUiWRtqa0Jg&noredirect=1>. Sobre o desenvolvimento das tecnologias e dos atletas como “personas televisivas” ver Silveira (2013) e Whannel (2009).

9 Para Fiske (1992, pág. 30) o estudo dos fãs permite percebermos o gosto como uma arena de lutas em torno da qual formações subordinadas do povo, de modo mais específico grupos sociais desprovidos de poder ou autoridade procuram legitimar ou afirmar positivamente suas escolhas (novela, romances sensacionalistas e tabloides escandalosos) e identidades sociais em às de outros grupos no exercício da hegemonia política e cultural. O esporte para ele constitui uma exceção às tentativas dos grupos que compõem o bloco de poder em denegrir ou incorporar para esvaziar o viés de resistência do gosto popular em função do seu apelo à masculinidade. Sobre cultura popular e bloco de poder ver Hall (2003).

10 Tal ideologia pode se tornar um fato social através das narrativas apaixonadas que descrevem as ações dramáticas de um personagem como o condottiero no Príncipe de Maquiavel. Conforme Gramsci, o próprio Maquiavel descreve inicialmente as ações Príncipe com um rigor lógico, um deve ser, e no fim do livro a “paixão transforma-se em afeto, febre, fanatismo de ação” (GRAMSCI, 2000, v3: 14)

mentos intuitivos de uma comunidade para a ação política e revolucionária. O mito é, neste sentido, uma ideia-força. Uma vez incorporada pela consciência popular permite a mesma adquirir certa dimensão espiritual dotando o grupo de uma fé em “verdades” responsáveis por levar indivíduos comuns e apáticos à ação. De acordo com Sorel (1992) deduzir, com base no materialismo histórico, da inevitabilidade da sociedade socialista como último estágio evolutivo da sociedade a ser conquistada pela ação do proletariado, Marx apresentou na forma de teoria aquilo que na realidade é um artifício, uma profecia, para incrementar a luta política. Para um público de marxistas ortodoxos, essa “verdade” é incontestável, está acima da razão presidida por um exame detido dos fatos e por isso mesmo mantém acesa em seus espíritos a chama da revolução¹¹. Isto talvez explique por que o mito da “ascensão social” através do futebol se mantenha mesmo com o caráter extremamente seletivo e competitivo da transformação, via treinamento: de um menino em um atleta profissional de futebol. Trata-se de um tipo de “sonho” de muitos, mas só pouquíssimos conseguem.

3. O POPULAR BEM SUCEDIDO: MÚSICA, FUTEBOL E INDIVIDUALISMO

Nos segundos iniciais do clipe da música “País do futebol”, de MC Guimê, o rapper Emicida apresenta uma interpretação sobre a origem comum periférica de astros da música e do futebol. Lançado em novembro de 2013 no Youtube como parte de um conjunto de narrativas preparatórias para a Copa do Mundo no Brasil, o vídeo contabiliza em setembro de 2014 cerca de 40 milhões de acessos, sendo ele mesmo uma peça de inquestionável sucesso midiático¹². A transcrição desse depoimento é iluminadora para o nosso debate:

A pior barreira mesmo é a autoestima. Porque, mano, sem maldade, quando você nasce num lugar como esse aqui as pessoas te empurram pra baixo mesmo, a sociedade inteira te empurra pra baixo pra você não acreditar mesmo. Você tem que ir pro mundo e mostrar nossa verdade, contar nossa história. Isso foi uma coisa que eu sempre acreditei, desde o começo. Eu não sabia as ferramentas necessárias e a música foi a ferramenta que eu encontrei pra, mano, mostrar pro mundo a minha verdade. É muito parecido com o esporte, tá ligado, a grande maioria dos atletas aí, os mais “foda” vêm daqui. Os músicos também, os mais “foda” também vêm daqui. (Emicida, disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=bWnS2dIDgQA>).

Mais do que simplesmente valorizar as narrativas de desejo e ascensão social, o depoimento a crença não só no talento individual, mas na recorrência com que esse talento surge nos espaços subalternos. Na sequência, diversas crianças moradoras de bairros pobres e favelas relatam seus “sonhos” de uma vida mais confortável e bem sucedida, quase sempre com alguma esperança que o esporte seja o caminho para isso. Tendo como cenário imagens de favelas e campos de futebol das periferias de grandes cidade brasileiras, o clipe desenvolve uma estética romântica de valorização da periferia permeada com uma dose de crítica social e forte narrativa de sucesso. A canção sublinha que o sucesso é resultado de um processo, de um percurso que envolve esforço, determinação e sofrimento, entendidos como privações que pavimentaram as conquistas.

Após a apresentação da primeira parte da música, uma participação de Neymar

¹¹ Segundo SOREL (Ibid p. 155) a teoria revolucionária de Marx não tinha como função o convencimento e sim deixar uma forte impressão entre os seus seguidores: a de que a preparação do proletariado para o embate final dependia unicamente da organização de uma resistência obstinada, crescente e apaixonada contra a ordem social instalada.

¹² Em maio de 2014, a canção “País do futebol” passou a ser executada diariamente como tema de abertura da novela “Geração Brasil” (Rede Globo, 19h), de Filipe Miguez e Isabel de Oliveira.

batendo bola, despretensiosamente, com um grupo de meninos da periferia (que são mostrados em seu percurso desde a favela até a luxuosa casa do jogador) reforça a ideia de que o “sonho” descrito pelos jovens no início do clipe pode ser alcançado com insistência e perseverança. O depoimento do craque enfatiza novamente as dificuldades até o estrelato, manifestando fé na força de vontade e no esforço individual.

De forma indireta, o funk ostentação de Mc Guimê e a estrela midiática de Neymar são engrenagens de um mesmo discurso que destaca o êxito individual mediante talento e esforço. Essa narrativa se coaduna também com a ambiência gloriosa do sertanejo que, afirmando um estilo de vida modernizante, valoriza o amor, a paquera e a alegria de viver. No caso do pagode, a festa permanente e a efusiva felicidade que brota de sua batucada destaca o estado de espírito da vitória e do encontro, compartilhando ideias de fartura e bem estar.

O mérito do sucesso experimentado coletivamente é resultado de esforços individuais de personagens particularmente talentosos que driblam dificuldades e cantam sua vitória e seu sucesso. Se o gosto funciona como marcador de uma vinculação afetiva e uma narrativa de origem de classe, a celebração de gostos que dialogam com ideias de periferia é uma estratégia de valorização desse universo cultural em estreito contato e atrito com a sociedade “oficial” ou “central”. De certa maneira, todas essas músicas parecem afirmar em alto e bom som o mesmo que as jogadas individuais dos craques realizam no espaço do jogo de futebol: “Olha onde a gente chegou!”

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALONSO, Gustavo. **Simonal: quem não tem swing morre com a boca cheia de formiga**. Rio de Janeiro: Record, 2011a.

_____. **Cowboys do asfalto: música sertaneja e modernização brasileira**. Tese de Doutorado em História. Niterói, RJ: UFF, 2011b.

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**. Rio de Janeiro, Graal, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2007.

DUNNING, Eric. **“A dinâmica do Desporto Moderno: notas sobre a luta pelos resultados e o significado social do desporto”**. In: A Busca da Excitação. Norbert Elias (org.) Difel, São Paulo, 1985.

ELIADE, Mircea. **Mito e Realidade**. São Paulo, Perspectiva, 1992.

FISKE, John. **“Madonna” In Reading the Popular**. Londres: Routledge, 1989.

_____. **“The Cultural Economy of Fandom” In The adoring audience: Fan culture and popular media**. Lisa Lewis (ed). Londres: Routledge, 1992

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Petrópolis, Editora Vozes, 1976.

FREIRE FILHO, João. **Mídia, Consumo Cultural e Estilo de Vida na Pós Moderni-**

dade. Eco-pós, v.6, nº 1, Janeiro-Junho de 2003: 72-97.

GRAMSCI, Antônio. **“Literatura, Folclore, Gramática”**. In Cadernos do Cárcere, volume 6. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2002.

_____. **“Maquiavel. Notas sobre Estado e Política”**. In Cadernos do Cárcere, volume 3. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2000.

HALL, Stuart. **“Notas sobre a desconstrução do popular”**. In Da Diáspora. Belo Horizonte, UFMG, 2003.

HERSCHMANN, Micael. **O funk e o hip hop invadem a cena**. Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 2005.

MENDONÇA, Kleber. **“As delinquências do Imperador”**. Revista Em Questão v.18 n.1. Porto Alegre: UFRGS, 2012.

MUSICULTURA, Grupo. **“Tendências e circuitos de consumo de música na favela da Maré, Rio de Janeiro”** In Nas bordas e fora do mainstream musical. Micael Herschmann (org.). São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

NEPOMUCENO, Rosa. **Da roça ao rodeio**. São Paulo: Ed.34, 1999.

SANDRONI, Carlos. **Feitiço decente**. Rio de Janeiro: Zahar/UFRJ, 2001.

SENNETT, Richard. **O declínio do Homem Público**. São Paulo, Cia das Letras, 1993.

SILVA, Ana Paula da. **Pelé e o complexo de vira-latas: discursos sobre raça e modernidade no Brasil**. Tese de Doutorado. Niterói, UFF, 2008.

SILVEIRA, Marcio Telles da. **A recriação dos tempos mortos no futebol na televisão. Molduras, moldurações e figuras televisivas**. Dissertação de Mestrado Porto Alegre, UFRS, 2013.

SOREL, Georges. **Reflexões sobre a violência**. São Paulo, Martins Fontes, 1992.

TROTТА, Felipe. **O samba e suas fronteiras**. Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 2011.

VIANNA, Hermano. **O mistério do samba**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo, Pioneira, 2001.

WHANNEL, Gary. **Television and the Transformation of Sport**. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 2009, 625: 205